

## ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN UMKM ROTAN DESA TRANGSAN

Mintasih Indriayu<sup>1</sup>, Yunidya Carlista Nika<sup>2</sup>, Muhammad Rezza Octavian<sup>3</sup>, Marcheva Eri Maharani Singarimbun<sup>4</sup>, Stanislaus Indra Ramanda<sup>5</sup>, Nurul Afiyah<sup>6</sup>

Universitas Sebelas Maret<sup>1,2,3,4,5,6</sup>

Email: <sup>1</sup>[mintasih\\_indri@staff.uns.ac.id](mailto:mintasih_indri@staff.uns.ac.id), <sup>2</sup>[yunidyacarlitanika@student.uns.ac.id](mailto:yunidyacarlitanika@student.uns.ac.id),  
<sup>3</sup>[rezza.octavian2003@gmail.com](mailto:rezza.octavian2003@gmail.com), <sup>4</sup>[erimarcheva@gmail.com](mailto:erimarcheva@gmail.com),  
<sup>5</sup>[ramanda.indra@student.uns.ac.id](mailto:ramanda.indra@student.uns.ac.id), <sup>6</sup>[nurulafiyah1313@gmail.com](mailto:nurulafiyah1313@gmail.com)

### Abstrak

Dengan menggunakan studi kasus Andi Rotan Furniture, penelitian ini menganalisis dampak literasi keuangan dan transformasi digital terhadap peningkatan volume penjualan pada UMKM Rotan Desa Trangsan. Metode penelitian meliputi studi literatur, wawancara mendalam dan analisis menggunakan Uji Regresi Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan yang baik dan adopsi transformasi digital secara signifikan meningkatkan volume penjualan. Literasi keuangan membantu pengambilan keputusan bisnis yang tepat, sementara transformasi digital meningkatkan efisiensi operasional dan akses pasar. Studi ini menemukan bahwa kedua faktor tersebut menjadi kunci peningkatan daya saing dan kinerja UMKM di era digital.

**Kata Kunci :** UMKM, Literasi Keuangan, Transformasi Digital

### Abstract

*This research analyzes the influence of financial literacy and digital transformation on increasing profit or sales of MSMEs in Trangsan Village, with the case study of Andi Rotan Furniture. Research methods include literature studies, in-depth interviews, and analysis using multiple linear regression techniques. The research results show that good financial literacy and the adoption of digital technology significantly increase the profit or sales. Financial literacy helps make informed business decisions, while digital transformation improves operational efficiency and market access. This research concludes that these two factors are key in increasing the competitiveness and performances of MSMEs in the digital era.*

**Keywords :** MSMEs, Financial Literacy, Digital Transformation

## A. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang berkembang pesat saat ini, transformasi digital telah menjadi suatu kebutuhan esensial bagi berbagai sektor industri, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pada akhir Bulan Desember 2023, jumlah pelaku UMKM yang terlibat dalam ekosistem digital mencapai 27 juta dari total 65,5 juta UMKM di Indonesia (dpr.go.id,

7 Desember 2023). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Singtel Singapore pada tahun 2019, UMKM yang menerapkan teknologi digital mengalami peningkatan pendapatan sebesar 26% (kemenkeu.go.id, 11 Mei 2023). UMKM yang memiliki pemahaman tentang teknologi digital memiliki keunggulan dalam persaingan. Transformasi digital tidak hanya memengaruhi cara UMKM beroperasi, tetapi juga berdampak pada strategi pemasaran dan penjualan produk mereka.

Di sisi lain, literasi keuangan juga merupakan hal yang penting bagi UMKM. Septiani dan Wuryani (2020 : 3233) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perkembangan dan kinerja UMKM. Pemahaman yang memadai tentang literasi keuangan oleh pelaku UMKM akan memungkinkan mereka untuk membuat keputusan manajemen dan keuangan yang tepat guna keberlanjutan bisnis mereka. Namun, masih banyak UMKM yang belum memahami pentingnya literasi keuangan dalam mengembangkan bisnis. Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019, tingkat literasi keuangan pelaku UMKM di Indonesia hanya mencapai 38,03%. Banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan dalam hal pengelolaan keuangan dan pemasaran produk secara digital.

Literasi keuangan dan transformasi digital dalam hal ini menjadi dua faktor utama yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM secara signifikan. Literasi keuangan melibatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola uang dengan baik, memahami laporan keuangan dan mengambil keputusan bisnis yang tepat berdasarkan informasi keuangan. Transformasi digital, di sisi lain berarti integrasi teknologi digital di seluruh aspek bisnis, yang tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, namun juga membuka peluang baru untuk perluasan pasar dan pertumbuhan penjualan.

Penelitian ini berfokus pada UMKM di Desa Trangsan yang bergerak di bidang pembuatan dan penjualan furniture rotan. Kerajinan rotan di Desa Trangsan telah ada sejak tahun 1927, awalnya dikembangkan oleh para Abdi Dalem Keraton Kasunanan Surakarta. Kerajinan ini mulai berkembang menjadi pekerjaan sampingan bagi penduduk Desa Trangsan pada tahun 1950-1986. Hingga saat ini, terdapat sekitar 220 UMKM rotan di desa ini, dengan 120 di antaranya telah merambah ke pasar digital. UMKM rotan Desa Trangsan dikenal dengan produk-produk berkualitas tinggi yang sesuai dengan selera pasar domestik dan internasional. Produk yang dihasilkan berupa interior seperti meja, kursi, rak, cermin, dekorasi, dan lain

sebagainya. Namun, untuk memperluas pasar dan bersaing di pasar global, UMKM Desa Trangsang harus menggunakan literasi keuangan dan transformasi digital secara efektif.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana literasi keuangan dan transformasi digital mempengaruhi perluasan pasar dan peningkatan volume penjualan UMKM Desa Trangsang yang telah merambah ke pasar digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada UMKM lainnya tentang pentingnya literasi keuangan dan adopsi teknologi digital dalam strategi bisnis mereka serta mengidentifikasi tindakan spesifik untuk mengoptimalkan kedua faktor tersebut.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Transformasi Digital (Digital Transformation)**

Transformasi digital di Indonesia merupakan salah satu kebijakan pemerintah yang bertujuan untuk mendorong masyarakat dan pelaku bisnis agar memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. Di era digital saat ini, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi memainkan peran utama dan penting dalam meningkatkan daya saing suatu negara. Transformasi digital dapat diartikan sebagai penerapan teknologi digital dalam berbagai aspek masyarakat modern yang melampaui literasi dan kompetensi digital (Rochmawati et.al, 2023: 102). Transformasi digital pada perusahaan diartikan sebagai penerapan teknologi digital baru, seperti media sosial, perangkat seluler, analitik, atau perangkat tertanam, yang memungkinkan peningkatan signifikan dalam bisnis, termasuk pengalaman pelanggan, optimalisasi operasional, dan penciptaan model bisnis baru (Oktaviani et al, 2023: 17). Hal ini berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk berhasil menerapkan teknologi dan prosedur baru guna meningkatkan operasi bisnis mereka. Transformasi digital melibatkan perubahan mendalam dalam cara operasi dan strategi bisnis dijalankan dengan memanfaatkan teknologi terbaru.

Transformasi digital menuntut para pebisnis untuk mulai menggunakan teknologi digital. Transformasi digital melibatkan perubahan mendasar dalam cara operasional bisnis atau organisasi dengan memanfaatkan teknologi digital (Solechan et al, 2023: 8). Hal ini mencakup integrasi teknologi digital ke dalam semua aspek bisnis atau organisasi, termasuk perubahan dalam model bisnis, proses operasional, dan pengalaman pelanggan. Transformasi digital tidak hanya mencakup pemrosesan data digital, tetapi juga mengubah cara keseluruhan organisasi berfungsi.

## Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan berbagai keterampilan keuangan, termasuk manajemen pribadi, anggaran, dan investasi (Rumbia Ningrum & Wijayangka, 2020: 47). Literasi keuangan mencakup pengetahuan tentang konsep dasar keuangan serta kemampuan untuk membuat keputusan yang efektif mengenai penggunaan dan pengelolaan uang. Literasi keuangan penting untuk memberikan edukasi keuangan kepada masyarakat Indonesia agar dapat mengelola keuangan dengan bijaksana. Literasi keuangan mencakup pemahaman seseorang tentang konsep keuangan, kemampuan untuk memahami komunikasi terkait dengan konsep keuangan, keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi atau perusahaan, dan kemampuan untuk membuat keputusan keuangan dalam situasi tertentu (Santiara & Sinarwati, 2023: 351). Literasi keuangan menjadi esensial yang harus dipahami dan dikuasai oleh setiap individu karena berdampak pada kondisi keuangan pribadi serta mempengaruhi pengambilan keputusan ekonomi yang baik dan tepat.

## C. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran, yang menggabungkan analisis kualitatif melalui studi literatur dengan analisis kuantitatif melalui penggunaan kuesioner. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang pengaruh literasi keuangan dan transformasi digital terhadap peningkatan volume penjualan UMKM rotan di Desa Trangsari.

Populasi penelitian terdiri dari pemilik UMKM rotan di Desa Trangsari yang telah menerapkan transformasi digital, dengan jumlah populasi sebanyak 120 orang. Sampel dipilih menggunakan metode probability sampling untuk memastikan setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus statistik yang relevan, dengan mempertimbangkan tingkat signifikansi dan margin error yang diinginkan. Total sample keseluruhan sebanyak 57 responden. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner bersifat tertutup. Kuisisioner berisi pertanyaan atau pernyataan dengan skala Likert, di mana responden dapat memilih dari 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak Setuju), 3 (Setuju) atau 4 (Sangat Setuju).

Data yang dikumpulkan dianalisis dengan membuat tabulasi data dan kemudian diolah menggunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS. Uji validitas digunakan untuk menilai

keabsahan kuisisioner, sementara uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi konsistensi atau kepercayaan kuisisioner sebagai indikator dari variabel atau konstruk yang diukur. Selanjutnya, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel independen (literasi keuangan dan transformasi digital) dan variabel dependen (peningkatan volume penjualan UMKM). Analisis ini membantu untuk memahami sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variabilitas variabel dependen, sesuai dengan teori dan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini.

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, penulis telah melakukan uji terhadap data kuesioner yang didapat. Pengujian ini mencakup validitas dan reliabilitas untuk memastikan pemahaman yang benar tentang kondisi sebenarnya. Untuk mencapai hasil pengujian yang akurat, penulis menggunakan SPSS dalam menguji validitas dan reliabilitas data tersebut. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 57 orang yang merupakan pelaku atau pengelola UMKM Rotan di Desa Trangsang, Gatak, Sukoharjo. Hasil analisis deskriptif dibagi menjadi tiga bagian, yaitu jenis kelamin, pendidikan, dan usia. Berdasarkan jenis kelamin, dari 57 responden 4 orang diantaranya adalah wanita dan 53 orang lainnya laki-laki. Berdasarkan pendidikan, 2 orang berpendidikan SD, 6 orang berpendidikan SMP, 21 orang berpendidikan SMA/SMK, 9 orang memiliki gelar Diploma, 18 orang berpendidikan sarjana, dan 1 orang lulus pascasarjana. Berdasarkan usia, 4 orang berusia di bawah 30 tahun, 37 orang berusia kisaran 30-50 tahun, dan 16 orang dengan usia diatas 50 tahun.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X1)

		Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTALX1
X1.1	Person Correlations	1	.548	.282	.559	.494	.448	.578	.762
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
X1.2	Person Correlations	.548	1	.382	.479	.479	.519	.519	.807
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
X1.3	Person Correlations	.282	.382	1	.621	.554	.468	.418	.797
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
X1.4	Person Correlations	.559	.479	.621	1	.471	.471	.474	.794
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
X1.5	Person Correlations	.494	.479	.554	.471	1	.389	.422	.717
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
X1.6	Person Correlations	.448	.519	.468	.471	.389	1	.468	.717
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
X1.7	Person Correlations	.578	.519	.418	.474	.422	.468	1	.717
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
TOTALX1	Person Correlations	.762	.807	.797	.794	.717	.717	.717	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	57	57	57	57	57	57	57	57

Sumber data : data penelitian diolah (2024)

Dasar pengambilan keputusan untuk uji validitas yaitu nilai r hitung > r tabel dan nilai signifikansi yang didapatkan tidak melebihi 0,05 agar data penelitian dalam kondisi valid. Berdasarkan tabel diatas, nilai sig dari setiap butir pertanyaan < 0,05 dilihat pada sig (2-tailed) dan R hitung > dari R tabel (0.256) dilihat pada pearson correlation. Maka dapat disimpulkan bahwa 7 pertanyaan untuk variabel literasi keuangan (X1) dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Transformasi Digital (X2)

		Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.630**	.725**	.744**	.708**	.779**	.728**	.847**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
X1.2	Pearson Correlation	.630**	1	.740**	.656**	.737**	.738**	.783**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
X1.3	Pearson Correlation	.725**	.740**	1	.745**	.775**	.842**	.850**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
X1.4	Pearson Correlation	.744**	.656**	.745**	1	.735**	.752**	.799**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
X1.5	Pearson Correlation	.708**	.737**	.775**	.735**	1	.845**	.788**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
X1.6	Pearson Correlation	.779**	.738**	.842**	.752**	.845**	1	.817**	.929**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
X1.7	Pearson Correlation	.728**	.783**	.850**	.799**	.788**	.817**	1	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
TOTALX1	Pearson Correlation	.847**	.837**	.916**	.873**	.899**	.929**	.917**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	57	57	57	57	57	57	57	57

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber data : data penelitian diolah (2024)

Dasar pengambilan keputusan untuk uji validitas yaitu nilai r hitung > r tabel dan nilai signifikansi yang didapatkan tidak melebihi 0,05 agar data penelitian dalam kondisi valid. Berdasarkan tabel diatas, nilai sig dari setiap butir pertanyaan < 0,05 dilihat pada sig (2-tailed) dan R hitung > dari R tabel (0.256) dilihat pada pearson correlation. Maka dapat disimpulkan bahwa 7 pertanyaan untuk variabel Transformasi Digital (X2) dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Volume Penjualan (Y)

		Correlations					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOTALY
Y1.1	Pearson Correlation	1	.770**	.682**	.764**	.735**	.897**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57
Y1.2	Pearson Correlation	.770**	1	.807**	.747**	.645**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57
Y1.3	Pearson Correlation	.682**	.807**	1	.738**	.617**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57
Y1.4	Pearson Correlation	.764**	.747**	.738**	1	.629**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57
Y1.5	Pearson Correlation	.735**	.645**	.617**	.629**	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	57	57	57	57	57	57
TOTAL Y	Pearson Correlation	.897**	.908**	.882**	.889**	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	57	57	57	57	57	57

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber data : data penelitian diolah (2024)

Dasar pengambilan keputusan untuk uji validitas yaitu nilai r hitung > r tabel dan nilai signifikansi yang didapatkan tidak melebihi 0,05 agar data penelitian dalam kondisi valid. Berdasarkan tabel diatas, nilai sig dari setiap butir pertanyaan < 0,05 dilihat pada sig (2-tailed) dan R hitung > dari R tabel (0.256) dilihat pada pearson correlation. Maka dapat diperoleh bahwa 5 pertanyaan untuk variabel volume penjualan (Y) dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.877	.880	7

Sumber data : data penelitian diolah (2024)

*Cronbach's Alpha* dari uji reliabilitas senilai 0,877 melebihi 0,70 artinya ditemukan variabel literasi keuangan yang reliabel.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Transformasi Digital (X2)

<b>Reliability Statistics</b>		
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</b>	<b>N of Items</b>
.955	.956	7

Sumber data : data penelitian diolah (2024)

*Cronbach's Alpha* dari uji reliabilitas senilai 0,955 melebihi 0,70 artinya ditemukan variabel transformasi digital yang reliabel.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Volume Penjualan (Y)

<b>Reliability Statistics</b>		
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</b>	<b>N of Items</b>
.925	.926	5

Sumber data : data penelitian diolah (2024)

*Cronbach's Alpha* dari uji reliabilitas senilai 0,925 melebihi 0,70 artinya ditemukan variabel volume penjualan yang reliabel.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.022	1.661		.616	.541
	TOTAL X1	.257	.091	.246	2.831	.007
	TOTAL X2	.444	.055	.697	8.036	.000

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber data : data penelitian diolah (2024)

Bentuk persamaan analisis regresi linear berganda dengan mengacu pada Tabel 7, yakni  $Y = 1.022 + 0,257 X1 + 0,444 X2$ . Nilai konstan 1.022 merepresentasikan literasi keuangan dan transformasi digital selaku *independent variable* memengaruhi volume penjualan secara positif. Artinya, jika terjadi peningkatan pada *independent variable*, akan berdampak terhadap pertambahan 1.022 unit pada volume penjualan.

Koefisien variabel X1 (0.257) merepresentasikan literasi keuangan memengaruhi volume penjualan secara positif. Artinya, volume penjualan akan meningkat sebanyak 25.7% atau 0,257 unit setiap variabel literasi keuangan meningkat satu unit. Tanda positif (+) menunjukkan hubungan positif antara literasi keuangan dan volume penjualan, di mana peningkatan literasi keuangan akan menyebabkan peningkatan volume penjualan.

Koefisien variabel X2 (0.444) menunjukkan bahwa transformasi digital juga memiliki pengaruh positif terhadap volume penjualan. Artinya, setiap peningkatan satu unit pada transformasi digital akan meningkatkan volume penjualan sebesar 0.444 unit atau sekitar 44.4%. Tanda positif (+) menunjukkan hubungan positif antara transformasi

digital dan volume penjualan, di mana peningkatan transformasi digital akan menyebabkan peningkatan volume penjualan.

## UJI T

Tujuan pelaksanaan uji ini yakni menganalisis ada atau tidaknya volume penjualan UMKM Rotan Desa Trangsan, Gatak, Sukoharjo (Y) yang dipengaruhi oleh masing-masing *independent variable* yaitu literasi keuangan (X1) dan transformasi digital (X2) secara terpisah.

Tabel 8. Hasil Pengujian Hipotesisi dengan Uji Parsial (Uji T)

Variabel	T hitung	Sign	T tabel
Literasi Keuangan	2,831	0,007	2,004
Transformasi Digital	8,036	0,000	2,004

Sumber data : data penelitian diolah (2024)

Hipotesis yang digunakan:

H1: literasi keuangan memengaruhi volume penjualan secara signifikan.

H2: transformasi digital memengaruhi volume penjualan secara signifikan.

H3: literasi keuangan dan transformasi digital memengaruhi volume penjualan secara signifikan dan simultan.

### Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Volume Penjualan

Nilai sig. yang didapatkan dari hasil uji parsial tidak melampaui 0,05 yakni 0,007 dan nilai t hitung > t tabel yaitu  $2,831 > 2,004$ . Berarti terjadi penerimaan H1 yaitu literasi keuangan memengaruhi volume penjualan.

### Pengaruh Transformasi Digital terhadap Volume Penjualan

Nilai sig. yang didapatkan dari hasil uji parsial tidak melampaui 0,05 yakni 0,000 dan nilai t hitung > t tabel yaitu  $8,036 > 2,004$ . Berarti terjadi penerimaan H2 yaitu transformasi digital memengaruhi volume penjualan.

## UJI F

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regresio n	528.388	2	264.194	92.916	.000 <sup>b</sup>
	Residual	153.542	54	2.843		
	Total	681.930	56			

a. Dependent Variable: TOTALY  
b. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

Sumber data : data penelitian diolah (2024)

Nilai signifikansi yang didapatkan dari hasil uji-F atau uji ANOVA, tidak melampaui standar sig. yang ditetapkan yakni  $0,000 < 0,05$  dan  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  yaitu  $92,916 > 3,168$  artinya variabel literasi keuangan dan transformasi digital memiliki hubungan positif dan signifikan dalam tingkat 5 %. Sehingga terjadi penerimaan  $H_{a3}$  yakni Variabel X1 dan X2 memengaruhi dengan signifikan variabel Y secara simultan. Berarti, model regresi bisa diimplementasikan untuk melakukan prediksi Volume Penjualan (Y). Hubungan pada variabel literasi keuangan dan transformasi digital memiliki nilai positif, semakin baik literasi keuangan dan transformasi digital yang diikuti oleh para pebisnis maka akan meningkatkan penjualan yang baik sebanyak 92.916 kali lebih besar dari orang yang kurang baik memahami literasi keuangan dan transformasi digital.

## Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Pengujian Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.880 <sup>a</sup>	.775	.767	1.686
a. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1				
b. Dependent Variable: TOTALY				

Sumber data : data penelitian diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji diperoleh adanya literasi keuangan dan transformasi digital selaku *independent variable* memiliki korelasi terhadap volume penjualan pada kategori sangat kuat sebab *r-square value* nilainya melebihi 0,50 yakni 0,775, dimana nilai ini didapatkan dari hasil kuadrat 0,880. Angka ini merepresentasikan kemampuan variabel literasi keuangan dan transformasi digital dalam menjelaskan variabel volume penjualan sejauh 77,5% sementara 22,5% sebagai sisanya dijelaskan variabel diluar penelitian.

## Pembahasan

Bentuk persamaan regresi dalam analisis statistik untuk mengkaji lebih lanjut terkait *dependent variable* yang dipengaruhi oleh *independent variable*, yakni  $Y = 1,022 + 0,257X1 + 0,444X2$ . Menurut persamaan tersebut didapatkan beberapa hasil yaitu, (a) nilai koefisien X1 senilai 0,257 artinya variabel Y akan bertambah sejumlah 0,257 setiap pertambahan satu unit variabel X1 dan (b) nilai koefisien X2 senilai 0,444 artinya variabel Y akan bertambah sejumlah 0,444 setiap pertambahan satu unit variabel X2. Dengan demikian, *dependent variable* (Y) dipengaruhi oleh *independent variable* yakni X1 dan X2 secara positif. Secara statistik, temuan dalam penelitian ini mendukung teori sebelumnya dengan merepresentasikan adanya *dependent variable* yang berubah dengan signifikan sesudah menerima pengaruh dari *independent variable*.

## Pengaruh literasi keuangan terhadap volume penjualan UMKM Desa Trangsan

Nilai koefisien X1 (literasi keuangan) dari uji analisis regresi linear berganda senilai 0,257, artinya telah terjadi penerimaan H1 yakni literasi keuangan memengaruhi volume penjualan secara positif. Sementara dari hasil uji-t didapatkan nilai signifikansinya 0,007 tidak melampaui 0,05 dan nilai t hitung > t tabel ( $2,831 > 2,004$ ), sehingga ditemukan adanya literasi keuangan yang memengaruhi volume penjualan dengan signifikan.

Penemuan ini selaras dengan hasil penelitian (Septiani & Wuryani, 2020; Septa, 2022; Hoeriah et al, 2023) yang mendukung adanya volume penjualan UMKM yang dipengaruhi oleh literasi keuangan secara positif. Namun, penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian (Bahiu et al, 2021) yang menemukan pertumbuhan penjualan UMKM terbebas dari pengaruh literasi keuangan secara signifikan.

Adanya literasi keuangan yang berada dalam kategori baik menjadikan aktivitas pengelolaan keuangan lebih efektif dan memudahkan dalam pengelolaan aktivitas bisnis. Selain itu, meminimalisir kekeliruan dalam mengambil keputusan bisnis. Dengan demikian, meningkatnya literasi keuangan dapat secara signifikan meningkatkan volume penjualan, karena pengelolaan keuangan yang lebih baik dan terinformasi dapat membantu perusahaan dalam mencapai pertumbuhan yang lebih baik.

## **Pengaruh transformasi digital terhadap volume penjualan UMKM Desa Trangsan**

Nilai koefisien X2 (transformasi digital) dari uji analisis regresi linear berganda senilai 0,444, artinya telah terjadi penerimaan H2 yakni transformasi digital memengaruhi volume penjualan secara positif. Sementara dari hasil uji-t didapatkan nilai signifikansinya 0,000 tidak melampaui 0,05 dan nilai t hitung > t tabel ( $8,036 > 2,004$ ), sehingga ditemukan adanya transformasi digital yang memengaruhi volume penjualan dengan signifikan.

Penemuan ini selaras dengan hasil penelitian (Rahmayani et al, 2023; Permatasari et al, 2023) yang menunjukkan bahwa transformasi pemasaran digital berkontribusi positif terhadap volume penjualan.

Penerapan transformasi digital dalam perusahaan sangat penting untuk tetap bersaing dan relevan di era teknologi saat ini. Dengan menggunakan teknologi seperti analitik data dan platform digital, perusahaan dapat meningkatkan produktivitas dengan cara yang lebih efisien dan otomatis. Selain itu, transformasi digital dapat mengurangi biaya operasional dengan mengurangi ketergantungan pada proses manual dan penggunaan sumber daya yang berlebihan. Contohnya, penggunaan sistem manajemen rantai pasokan digital dapat mengoptimalkan pengelolaan, persediaan, dan mempercepat proses pengambilan keputusan. Secara keseluruhan, perusahaan yang menerapkan transformasi digital dengan baik tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional mereka, tetapi juga siap untuk beradaptasi dengan perubahan pasar yang cepat.

Transformasi ini bukan hanya tentang teknologi semata, tetapi juga tentang mengubah budaya dan proses kerja untuk lebih responsif dan inovatif terhadap kebutuhan pasar dan pelanggan.

## **Pengaruh literasi keuangan dan transformasi digital secara bersama-sama terhadap volume penjualan UMKM Desa Trangsan**

Persamaan analisis regresi linear berganda yang didapatkan, yaitu  $Y = 1.022 + 0,257 X_1 + 0,444 X_2$ . Pada tabel ringkasan model, *R Square value* mencapai 0,775, yang merepresentasikan adanya hubungan antara volume penjualan dengan kedua variabel independen sangat kuat (lebih dari 0,50). Angka ini menjelaskan bahwa 77,5% dari variabilitas Volume Penjualan di UMKM Rotan Desa Trangsan dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan dan transformasi digital. Melalui uji ANOVA, diperoleh nilai signifikansinya tidak mencapai 0,05 yakni 0,00 dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $92,916 > 3,168$ ). Berarti terjadi penerimaan  $H_a3$  yakni transformasi digital dan literasi keuangan memengaruhi volume penjualan secara signifikan dan simultan.

Penemuan dalam penelitian ini selaras dengan hasil penelitian (Jati et al, 2021; Winarti & Haviv, 2024) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan yang didukung oleh transformasi digital dapat meningkatkan volume penjualan. Upaya meningkatkan literasi keuangan dan mengadopsi teknologi digital tidak hanya mendukung pertumbuhan UMKM saat ini, tetapi juga membantu mereka bersiap menghadapi tantangan dan peluang di era digital yang terus berubah

## **E. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data pada bab sebelumnya mengenai analisis pengaruh literasi keuangan dan transformasi digital terhadap peningkatan volume penjualan UMKM rotan Desa Trangsan dapat diambil beberapa kesimpulan bahwa:

1. Literasi keuangan dan transformasi digital bersama-sama memiliki pengaruh terhadap volume penjualan UMKM rotan Desa Trangsan. Hal ini menunjukkan literasi keuangan dan transformasi digital secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan, jadi semakin tinggi tingkat literasi keuangan dan transformasi digital maka volume penjualan akan mengalami peningkatan.
2. Literasi keuangan berpengaruh secara positif terhadap volume penjualan UMKM Rotan Desa Trangsan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_{a1}$  ditolak dan  $H_{i1}$

diterima, atau dengan kata lain literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM Desa Trangsan, sehingga semakin tinggi literasi keuangan akan meningkatkan volume penjualan.

3. Transformasi Digital berpengaruh secara positif terhadap volume penjualan UMKM Rotan Desa Trangsan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ha2 ditolak dan Hi2 diterima, atau dengan kata lain transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM Rotan Desa Trangsan, sehingga semakin tinggi transformasi digital akan meningkatkan volume penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, D. 2021. *Pengembangan UMKM Kebijakan, Strategi, Digital Marketing dan Model Bisnis UMKM*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Andreas, V. T., & Prabowo, B. 2023. Peningkatan literasi keuangan masyarakat kota surabaya melalui program pengabdian oleh Divisi Keuangan PELNI Surabaya. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 31-38.
- Ardyan, E., & Susanti, A. 2021. Pelatihan strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan pemilik UMKM Rotan desa Trangsan Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Abdidas*, 2(2), 375-382.
- Arianto, B. 2020. Pengembangan UMKM digital di masa pandemi covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233-247.
- Arifuddin, A., Nurnaluri, S., & Intani, F. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan finansial technology terhadap kinerja keuangan UMKM (Studi Kasus pada Cafe di Kota Kendari). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 298-310.
- Bahiu, E. L., Saerang, I. S., & Untu, V. N. 2021. Pengaruh literasi keuangan, pengelolaan keuangan terhadap keuangan UMKM di Desa Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1819-1828.
- Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. 2023. *Puteri Komarudin Ajak Pelaku UMKM Masuk ke Ekosistem Digital*. Dilansir 12 Juni 2024 melalui <https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/47983/t/Puteri%20Komarudin%20Ajak%20Pelaku%20UMKM%20Masuk%20ke%20Ekosistem%20Digital#:~:text=DEWAN%20PERWAKILAN%20RAKYAT%20REPUBLIK%20INDONESIA,->

CARI&text=PARLEMENTARIA%2C%20Jakarta%20%2D%20Pemerintah%20 mencatat%20jumlah,juta%20UMKM%20bisa%20go%20digital.

- Fachrurazi, F., Rukmana, A. Y., Supriyanto, S., Syamsulbahri, S., & Iskandar, I. 2023. Revolusi bisnis di era digital: Strategi dan dampak transformasi proses teknologi terhadap keunggulan kompetitif dan pertumbuhan organisasi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 2(03), 297-305.
- Farhani, I., & Chaniago, H. (2021, September). Faktor Penentu Transformasi Digital UMKM: Bukti dari Indonesia. *In Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*. 12(1). 1010-1015.
- Harahap, E.F., Luviana, & Huda, N. (2020). Tinjauan defisit fiskal, ekspor, impor, dan jumlah UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 151-161.
- Hasibuan, L. S., Handayani, S., & Bismala, L. 2022. Analisis Perbedaan Tingkat Literasi Keuangan Pelaku Ukm. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 86-93.
- Hoeriah, H., Yani, D., & Isyanto, P. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Umkm Kedai Utuy Pulojaya Lemahabang. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 156-164.
- Jati, H., Derosari, P. E., H. J. Fanggidae, A., & Makatita, R. F. 2021. Pentingnya Literasi Keuangan dan Literasi Teknologi untuk Keberlanjutan Bisnis Kuliner di Kota Kupang Saat Pandemi Covid -19. *Jurnal Internasional Penelitian Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 15–41.
- Jawad, N. A. 2020. Pengaruh Modal Kerja Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan. *Jurnal Akuntansi STIE Muhammadiyah Palopo*, 4(1). 67-80.
- Kadin Indonesia. 2023. UMKM Indonesia. Dilansir 12 Juni 2024 melalui <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>.
- Khoiriah, N., Karolina, K., & Lukito, C. P. (2024). Literasi Keuangan Pada Siswa Sekolah Dasar Muhammadiyah Cinangka Kota Depok, Jawa Barat. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 3(2), 205-210.
- Lathifah Hanim, S. H., Noorman, M. K. L. M. D. M., SSos, M., & Oprsla, M. (2023). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. Semarang : Unissula Press.

- Lianardo, S., Sartika, K. D., Prasetyawati, Y. R., & Cahyadi, R. A. 2022. Pendampingan Digital Marketing Untuk Pemberdayaan UMKM. *Journal of Servite*, 4(2), 104-111.
- Nursyirwan, V. I., Ardaninggar, S. S., Septiningrum, L. D., Gustiasari, D. R., & Hasan, J. M. 2020. Implementasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 238-244
- Oktaviani, E., Asrinur, A., Prakoso, A. W. I., & Madiistriyatno, H. 2023. Transformasi digital dan strategi manajemen. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 16-26.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2023. *UMKM Goes to Digital*. Dilansir 12 Juni 2024 melalui <https://djpb.kemenkeu.go.id/kanwil/ntt/id/data-publikasi/artikel/2886-umkm-goes-digital.html>.
- Permatasari, I. R., Rachmi, A., Sinartya, J. O., & Permanasari, K. I. 2023. Pengaruh Penerapan Digital Marketing Transformation terdapat Peningkatan Volume Penjualan UMKM Kuliner Kota Malang. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 17(1), 11-20.
- Putra, T. W. A., Solechan, A., & Hartono, B. 2023. Transformasi digital pada UMKM dalam meningkatkan daya saing pasar. *Jurnal Informatika Upgris*, 9(1), 7-12.
- Putri, A. D., Permatasari, B., & Suwarni, E. 2023. Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Daya Jual Produk Umkm Kelurahan Labuhan Dalam Bandarlampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 4(1), 119–123.
- Pitrianti, S., Sampetoding, E. A., Purba, A. A., & Pongtambing, Y. S. 2023. Literasi digital pada masyarakat desa. In *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*. 3(1). 43-49.
- Rochmawati, D. R., Hatimatunnisani, H., & Veranita, M. 2023. Mengembangkan strategi bisnis di era transformasi digital. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 101-108.
- Rofiki, M., & Muhimmah, K. 2021. Strategi Pemasaran Online Shop: Upaya untuk Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 203–219.

- Rahmayani, M. W., Hernita, N., Gumilang, A., & Riyadi, W. 2023. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan Desa Cibodas. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 131-140.
- Rumbianingrum, W. & Wijayangka, C. 2020. Pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan umkm di kecamatan medan marelan. *Pembangunan Perkotaan*, 8(1), 45– 50
- Santiara, I. M., & Sinarwati, N. K. 2023. Pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan UMKM di Kecamatan Tejakula. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 349-355.
- Saputro, F. W., Wisudawati, T., & Utami, I. W. 2022. Peningkatan Daya Saing Produk Pada Masa Pandemi Di Umkm Mebel Di Kawasan Desa Wisata Rotan Trangsang Dengan Analisis Swot. *In Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi*. 2(1), 1159-1159.
- Septa, A. 2022. *Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan Dan Akses Permodalan Terhadap Penjualan Umkm Di Bandar Lampung* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. 2020. Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen*, 9(8), 3214–3236.
- Sipur & Almastoni, 2021. Analisis UMKM dan pengaruhnya terhadap pertumbuhan ekonomi. *Jurnal Ilmiah Core IT*, 9(4). 5-11.
- Winarsih, W. & Haviv, I. R. 2024. Peranan digital transformation dalam memediasi hubungan literasi keuangan dengan kinerja keuangan UKM. *Accounting Global Journal*, 8(1), 76-94.
- Desi, M. S., & Sri, S. (2018). Harga,kualitas produk, dan promosi pada kepuasan pelanggan seluler. *Journal Fakultas Ekonomi Universitas Dr Soetomo*, 27(3), 109–119. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/fe/article/view/2971/1250> diakses pada 12 Desember 2020 pukul 09.36.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Sulhan, M., & Januri, M. R. (2021). Esensi Agama Dalam Konflik Sosial Di Kabupaten Poso Menggunakan Teori Karl Marx : Sebuah Literatur Review. *Acta Islamica Counsenesia: Counselling Research and Applications*, 2(1), 15–28.

Taufik, T., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(01), 21.

<https://doi.org/10.33370/jpw.v22i01.389>

Warrad, L., & Khaddam, L. (2020). The effect of corporate governance characteristics on the performance of jordanian banks. *Accounting*, 6(2), 117–126.

<https://doi.org/10.5267/j.ac.2019.12.001>