

Analisis Peran Literasi Keuangan, Pemasaran Digital dan Pembayaran Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM di Tanjung Morawa

Umami Azhany Husna Nasution¹⁾, Laylan Syafina²⁾, Hendra Harmain³⁾
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

email: ummiazhanyhusna@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the role of financial literacy, digital marketing, and digital payment in increasing the income of MSMEs in Tanjung Morawa District. This research uses a qualitative approach to explore the experiences, perceptions, and practices of MSME actors in managing their businesses amid the development of digital technology. Primary data were obtained through interviews with 20 MSME actors and analyzed descriptively through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that financial literacy plays an important role in helping MSME actors manage business finances through financial recording, capital management, and separation of personal and business finances. Digital marketing through social media and digital platforms helps expand market reach, attract new customers, and increase orders while reducing promotional costs. Meanwhile, digital payment through bank transfers, e-wallets, and QRIS provides convenience and efficiency in transactions, facilitates transaction recording, and supports increased sales. The findings indicate that financial literacy, digital marketing, and digital payment have complementary roles in supporting MSME income growth. The combination of proper financial management and digital technology utilization can help MSMEs improve business efficiency, expand markets, and strengthen business sustainability in Tanjung Morawa.

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

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ialah salah satu pilar utama perekonomian Indonesia karena perannya dalam menyerap tenaga kerja serta mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat daerah. Namun demikian, peningkatan pendapatan UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, terutama yang berkaitan dengan kemampuan pengelolaan keuangan usaha, tingkat adopsi teknologi digital, serta penggunaan system

pembayaran modern yang belum merata di kalangan pelaku usaha (Melani et al., 2025). Usaha Mikro,

Kecil, dan Menengah (UMKM) saat ini memiliki peran krusial terhadap perekonomian Indonesia.

Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, UMKM diharapkan dapat menjadi “critical engine” bagi perekonomian nasional melihat dari kontribusi yang diberikan lebih dari 60% pada

perekonomian nasional serta peranannya dalam mengakomodasi sekitar 97% angkatan kerja.

Pertumbuhan ekonomi nasional sangat dipengaruhi oleh kontribusi sektor usaha kecil dan menengah yang mampu meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat (Hasibuan et al., 2025).

Salah satu aspek yang berperan penting dalam keberlanjutan dan kinerja UMKM adalah literasi keuangan. Literasi keuangan mencakup pemahaman pelaku usaha terhadap pencatatan keuangan, pengelolaan arus kas, perencanaan modal, serta pengambilan keputusan keuangan yang rasional. Pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu mengelola sumber daya keuangan secara lebih efisien, sehingga berimplikasi pada peningkatan pendapatan usaha. Lebih lanjut, peningkatan literasi keuangan digital juga mendorong kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi keuangan, termasuk penggunaan sistem pembayaran digital secara optimal (Buana Sari & Macia Sari, 2025).

Literasi keuangan mencakup pengetahuan, kapabilitas dan keyakinan yang berimplikasi terhadap pola tindakan seseorang dalam mengelola keuangan. Tujuan intinya ialah meningkatkan kualitas keputusan finansial untuk menunjang kesejahteraan. Maka dari itu, dapat dipahami bahwa penguasaan literasi keuangan memerlukan pemahaman terhadap lima komponen kunci yang mencakup kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, serta perilaku keuangan, agar mampu mengambil

keputusan keuangan dan mencapai kesejahteraan keuangan.

Literasi keuangan memberikan berbagai manfaat signifikan, mulai dari kemampuan mengambil keputusan keuangan secara bijak, mencegah terjadinya masalah keuangan, meningkatkan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi, hingga mempersiapkan kondisi finansial yang baik dalam jangka panjang.

Tingkat literasi keuangan yang lebih baik pada pemilik UMKM berkontribusi terhadap meningkatnya peluang pencapaian kerja usaha yang optimal (Sulistiyo et al., 2022). Selain literasi keuangan, perkembangan teknologi informasi juga mendorong pentingnya pemasaran digital sebagai strategi pemasaran yang efektif bagi UMKM.

Pemasaran digital melalui media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya memungkinkan pelaku UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa terbatas oleh wilayah geografis, serta meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk. Pemanfaatan pemasaran digital juga memberikan kemudahan dalam melakukan promosi, berinteraksi langsung dengan konsumen, serta menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan kebutuhan pasar (Wahid, 2024).

Faktor lain yang turut mendukung peningkatan pendapatan UMKM adalah penggunaan pembayaran digital. Pembayaran digital atau Digital payment didefinisikan sebagai transaksi online yang memanfaatkan perangkat lunak, jaringan internet/telekomunikasi,

serta rekening atau dompet virtual,

Digitalpayment mempermudah proses pembayaran secara elektronik, meningkatkan efisiensi transaksi, serta mendukung digitalisasi UMKM. Sistem pembayaran digital, seperti QRIS dan dompet elektronik, memberikan kemudahan transaksi, meningkatkan efisiensi operasional, serta menciptakan kenyamanan bagi konsumen (Annisa et al., 2024). Selain itu, pembayaran digital membantu pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan transaksi secara lebih akurat dan transparan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap pengelolaan keuangan dan pendapatan usaha (Buana Sari & Macia Sari, 2025).

Efektivitas penggunaan pembayaran digital akan semakin optimal apabila didukung oleh tingkat literasi keuangan yang memadai (Melani et al., 2025).

Kecamatan Tanjung Morawa ilaha salah satu wilayah dengan perkembangan UMKM yang cukup pesat dan memiliki potensi besar dalam pemanfaatan teknologi digital. Namun, pemanfaatan literasi keuangan, pemasaran digital, dan sistem pembayaran digital oleh pelaku UMKM masih beragam. Sebagian pelaku usaha masih mengandalkan metode konvensional, sementara penggunaan media sosial, *e-commerce*, QRIS, *e-wallet*, dan transfer digital belum optimal akibat keterbatasan pemahaman, fasilitas, serta kekhawatiran terhadap keamanan transaksi.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi digitalisasi dengan penerapannya di lapangan.

Padahal, literasi keuangan dapat mendukung pengelolaan dan pengambilan keputusan usaha, pemasaran digital dapat memperluas jangkauan pasar, sedangkan pembayaran digital dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan pengelolaan keuangan. Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam, di mana literasi keuangan belum tentu berpengaruh langsung terhadap pendapatan, sementara pemasaran digital dan pembayaran digital cenderung memberikan dampak positif terhadap kinerja atau efisiensi usaha (Maushufi & Wilasittha, 2024; Hartanti et al., 2023; Suendro & Fridatien, 2025).

Berdasarkan penelitian terdahulu, masih terbatas kajian yang menganalisis secara terpadu peran literasi keuangan, pemasaran digital, dan pembayaran digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM, khususnya pada konteks Tanjung Morawa yang memiliki karakteristik dan tingkat adopsi teknologi yang berbeda. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi empiris dalam memahami transformasi digital UMKM serta menjadi dasar bagi strategi dan kebijakan pengembangan UMKM yang lebih efektif dan berkelanjutan di Tanjung Morawa.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha dengan skala kecil hingga menengah yang memiliki keterbatasan dalam hal aset, omzet, dan jumlah tenaga kerja. UMKM umumnya dijalankan secara mandiri oleh individu maupun

kelompok usaha dan memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu, UMKM juga dikenal sebagai usaha yang dimulai dengan modal terbatas dan berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja serta peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dengan karakteristik tersebut, UMKM menjadi salah satu sektor ekonomi yang memiliki fleksibilitas tinggi dan mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis dan perkembangan teknologi (Wati et al., 2024). Sektor UMKM merupakan salah satu sektor penting yang membutuhkan perhatian khusus. Perhatian khusus tersebut dikarenakan sektor Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) termasuk dalam penyumbang Pendapatan Domestik Bruto terbesar dalam pendapatan nasional di Indonesia. Selain itu, UMKM juga memberikan dampak positif karena mampu memperkejakan sumber daya manusia (SDM) dalam jumlah yang cukup banyak sehingga mampu mengurangi angka pengangguran di Indonesia. UMKM juga dipandang positif dan diharapkan mampu memanfaatkan momen dalam rangka pertumbuhan ekonomi agar perekonomian Indonesia dapat lebih baik lagi (Kholifah & Sudiarti, 2023).

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep dasar keuangan serta keterampilan dalam mengelola keuangan secara efektif, termasuk perencanaan keuangan, pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, dan pengambilan keputusan keuangan. Dalam konteks UMKM, literasi keuangan berperan penting dalam menjaga

stabilitas keuangan usaha dan meningkatkan kinerja keuangan.

Pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu mengelola modal usaha secara efisien, menghindari kesalahan pengelolaan keuangan, dan meningkatkan pendapatan usaha secara berkelanjutan (Melani et al., 2025). Pengembangan UMKM memerlukan dukungan kompetensi dan pemahaman keuangan yang baik agar mampu meningkatkan kinerja usaha secara berkelanjutan (Marliyah et al., 2022).

Literasi keuangan merupakan kemampuan yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam memahami konsep keuangan serta mengelola keuangan usaha secara efektif dan efisien. Literasi keuangan mencakup kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan, pengelolaan modal, pengendalian arus kas, serta pengambilan keputusan keuangan yang tepat untuk mendukung keberlangsungan usaha. Selain itu, literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan layanan keuangan berbasis teknologi atau financial technology (*fintech*), seperti mobile banking dan pembayaran digital, untuk mempermudah transaksi usaha.

Pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu memanfaatkan teknologi keuangan secara optimal, sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses keuangan, dan meningkatkan kinerja serta pendapatan usaha (Salwa et al., 2022). Selain itu, literasi keuangan digital juga menjadi aspek penting seiring dengan berkembangnya teknologi

finansial. Literasi keuangan digital mendorong pelaku UMKM untuk memahami dan memanfaatkan layanan keuangan berbasis digital, termasuk pembayaran digital, sehingga mampu meningkatkan efisiensi transaksi dan kinerja keuangan usaha (Buana Sari & Macia Sari, 2025).

Pemasaran Digital

Pemasaran digital ialah kegiatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan internet sebagai sarana utama dalam mempromosikan produk atau jasa. Pemasaran digital meliputi penggunaan media sosial, marketplace, website, dan berbagai platform digital lainnya untuk menjangkau konsumen secara lebih luas. Dalam konteks UMKM, pemasaran digital menjadi strategi yang efektif karena mampu mengurangi biaya promosi serta meningkatkan jangkauan pasar tanpa batasan geografis (Syukri & Sunrawali, 2022). Pemasaran digital, yang mengacu pada penggunaan teknologi digital untuk tujuan pemasaran, sangat dipengaruhi oleh perkembangan internet.

Pemasaran digital adalah jenis pemasaran yang memanfaatkan perangkat dan saluran digital untuk memasarkan produk dan layanan serta mengeratkan ikatan dengan pelanggan (Qurtubi et al., 2022). Selain itu, digital marketing memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam menyampaikan informasi produk secara cepat, efisien, dan dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan pemasaran konvensional. Penerapan strategi digital marketing yang tepat terbukti mampu meningkatkan daya tarik konsumen, memperkuat hubungan

dengan pelanggan, serta meningkatkan penjualan dan pendapatan usaha secara signifikan, khususnya bagi pelaku UMKM di era digital.

Pembayaran Digital

Pembayaran digital atau *Digital Payment* didefinisikan sebagai transaksi online yang memanfaatkan perangkat lunak, jaringan internet/telekomunikasi, serta rekening atau dompet virtual. *Digital payment* juga didefinisikan mekanisme pembayaran yang dilakukan melalui media elektronik tanpa memerlukan uang tunai maupun cek dalam setiap transaksi (Adriani & Yuniar, 2023).

Pembayaran digital mengacu pada penggunaan teknologi finansial untuk memfasilitasi transaksi keuangan secara elektronik, seperti melalui e-wallet, mobile banking, QR code, dan platform pembayaran online, sehingga memungkinkan proses transaksi menjadi lebih cepat, efisien, aman, dan transparan. Dalam konteks ini, pembayaran digital merupakan implementasi nyata dari *fintech payment* yang memungkinkan masyarakat dan pelaku usaha melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai (*cashless*). Perkembangan fintech juga berkaitan erat dengan pertumbuhan literasi keuangan dimana literasi keuangan ialah kebutuhan dasar untuk semua individu supaya bebas dari berbagai permasalahan keuangan (Lubis et al., 2023).

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai peran

literasi keuangan, pemasaran digital, dan pembayaran digital dalam mendukung peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Tanjung Morawa.

Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berorientasi pada eksplorasi terhadap pengalaman, persepsi, serta praktik pelaku UMKM dalam mengelola kegiatan usaha di tengah perkembangan dan transformasi teknologi digital. Melalui pendekatan tersebut, penelitian diharapkan mampu mengungkap secara lebih komprehensif bagaimana ketiga aspek tersebut dipahami dan diterapkan dalam aktivitas usaha. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Tanjung Morawa dengan subjek penelitian berupa pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemilihan lokasi dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan perkembangan UMKM yang relatif pesat serta adanya variasi dalam tingkat pemanfaatan literasi keuangan, pemasaran digital, dan sistem pembayaran digital.

Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari informan melalui teknik wawancara. Wawancara dilakukan terhadap 20 pelaku UMKM untuk menggali informasi mengenai pengalaman dan praktik mereka dalam mengelola keuangan usaha, memanfaatkan media atau platform digital sebagai sarana pemasaran, serta menggunakan sistem pembayaran digital dalam kegiatan transaksi. Data yang telah diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahapan analisis tersebut dilakukan secara

sistematis untuk mengidentifikasi pola, pengalaman, serta pemaknaan informan terhadap pemanfaatan literasi keuangan, pemasaran digital, dan pembayaran digital, sehingga diperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai kontribusi ketiga aspek tersebut terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Tanjung Morawa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 20 pelaku UMKM di Kecamatan Tanjung Morawa, diketahui bahwa sebagian besar pelaku usaha telah mulai memanfaatkan berbagai bentuk digitalisasi dalam menjalankan usahanya. Namun, tingkat pemanfaatannya masih berbeda-beda, terutama dalam hal pengelolaan keuangan, pemasaran digital, dan penggunaan pembayaran digital. Pada pengelolaan keuangan, sebagian besar pelaku usaha telah memiliki kesadaran untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran serta memisahkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi, meskipun pencatatannya masih dilakukan secara sederhana. Sementara itu, media sosial dan platform digital mulai menjadi bagian dari kegiatan pemasaran, sedangkan transfer bank, e-wallet, dan QRIS mulai digunakan untuk mempermudah transaksi dengan konsumen.

Peran Literasi Keuangan dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM

Hasil wawancara menunjukkan bahwa literasi keuangan memberikan peran yang cukup penting dalam cara pelaku UMKM mengelola usahanya. Pelaku usaha yang sudah terbiasa mencatat pemasukan dan pengeluaran lebih mudah

mengetahui kondisi keuangan usahanya, termasuk jumlah biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh.

Pencatatan tersebut juga membantu pelaku usaha dalam menentukan penggunaan modal dan mengevaluasi kegiatan usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mencatat transaksi, tetapi juga memengaruhi cara pelaku usaha mengambil keputusan dalam menjalankan usahanya.

Hal tersebut juga terlihat dari kemampuan sebagian informan dalam memisahkan kebutuhan usaha dengan kebutuhan pribadi. Pelaku usaha yang memiliki pemahaman keuangan lebih baik cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan modal dan mempertimbangkan pengeluaran yang benar-benar berkaitan dengan kegiatan usaha. Sebaliknya, keterbatasan pemahaman keuangan dapat menyebabkan pengelolaan modal menjadi kurang terarah dan pada akhirnya mengganggu kegiatan operasional usaha. Dengan demikian, literasi keuangan dalam penelitian ini lebih terlihat sebagai dasar bagi pelaku UMKM untuk mengelola sumber daya usaha secara lebih terencana, yang kemudian dapat mendukung peningkatan pendapatan.

Temuan tersebut sejalan dengan Maushufi dan Wilasittha (2024) yang menjelaskan bahwa literasi keuangan tidak selalu memberikan pengaruh langsung terhadap peningkatan pendapatan, tetapi menjadi dasar bagi pelaku UMKM dalam menentukan strategi usaha. Artinya, semakin baik pemahaman pelaku usaha terhadap kondisi keuangannya, semakin besar pula kemampuannya dalam

menentukan penggunaan modal, mengendalikan biaya, dan merencanakan pengembangan usaha.

Dalam konteks UMKM Tanjung Morawa, literasi keuangan menjadi bagian penting yang mendukung pengelolaan usaha sebelum manfaatnya dapat terlihat pada peningkatan pendapatan.

Peran Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM

Berbeda dengan pengelolaan keuangan yang masih dilakukan secara sederhana, pemanfaatan pemasaran digital terlihat lebih menonjol dalam aktivitas UMKM di Tanjung Morawa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha telah menggunakan media sosial dan platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp, GoFood, dan GrabFood untuk memperkenalkan serta menjual produknya. Penggunaan platform tersebut membuat informasi mengenai produk, harga, dan promosi dapat disampaikan kepada konsumen dengan lebih cepat dan jangkauan pasar menjadi lebih luas.

Bagi pelaku UMKM, penggunaan media digital tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk mempromosikan produk, tetapi juga menjadi sarana untuk mendapatkan pelanggan baru. Konsumen yang sebelumnya tidak mengetahui keberadaan suatu usaha dapat menemukan produk melalui media sosial atau platform pesan-antar. Selain itu, interaksi melalui WhatsApp dan media sosial memungkinkan pelaku usaha berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan, menerima masukan, serta memberikan informasi mengenai produk.

Kondisi tersebut membuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen menjadi lebih dekat.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa pemasaran digital dirasakan dapat mengurangi biaya promosi. Pelaku usaha tidak harus mengeluarkan biaya yang besar untuk melakukan promosi karena dapat memanfaatkan media sosial yang sudah tersedia. Beberapa informan juga mengungkapkan adanya peningkatan jumlah pesanan setelah menggunakan platform digital. Dengan biaya promosi yang lebih rendah dan jangkauan konsumen yang lebih luas, pemasaran digital tidak hanya membantu meningkatkan penjualan, tetapi juga dapat memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan yang lebih baik.

Temuan ini sejalan dengan Hartanti et al. (2023) yang menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat meningkatkan omzet UMKM melalui perluasan pasar dan pemanfaatan teknologi sebagai sarana promosi. Hasil penelitian di Tanjung Morawa memperkuat temuan tersebut karena manfaat pemasaran digital tidak hanya terlihat dari semakin luasnya jangkauan promosi, tetapi juga dari bertambahnya pelanggan dan pesanan yang diterima oleh pelaku usaha.

Peran Pembayaran Digital dalam Meningkatkan Efisiensi Transaksi

Penggunaan pembayaran digital juga mulai menjadi bagian dari aktivitas usaha pelaku UMKM di Kecamatan Tanjung Morawa. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar pelaku usaha telah menggunakan transfer bank, dompet digital, maupun QRIS sebagai pilihan pembayaran bagi konsumen.

Penggunaan metode tersebut terutama didorong oleh kemudahan dan kecepatan transaksi. Konsumen tidak harus menyediakan uang tunai, sedangkan pelaku usaha dapat menerima pembayaran secara langsung tanpa harus menyediakan uang kembalian.

Selain memberikan kemudahan bagi konsumen, pembayaran digital juga membantu pelaku usaha dalam mengelola transaksi. Transaksi yang dilakukan melalui sistem digital lebih mudah ditelusuri dan dicatat sehingga pelaku usaha dapat mengetahui penerimaan yang masuk. Kondisi ini menjadi semakin penting ketika jumlah transaksi meningkat karena pencatatan secara digital dapat mengurangi risiko kesalahan dalam menghitung penerimaan usaha. Data transaksi yang tersimpan juga dapat digunakan untuk melihat pola pembelian konsumen dan mengevaluasi kegiatan usaha.

Dengan demikian, peran pembayaran digital terhadap pendapatan UMKM dalam penelitian ini lebih banyak terlihat melalui kemudahan transaksi dan efisiensi pengelolaan usaha. Ketika konsumen memiliki lebih banyak pilihan pembayaran dan proses transaksi menjadi lebih cepat, hambatan dalam melakukan pembelian dapat berkurang. Kondisi tersebut pada akhirnya dapat mendukung peningkatan jumlah transaksi dan penjualan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Suendro dan Fridatien (2025) yang menunjukkan bahwa digital payment dapat membantu meningkatkan efisiensi pencatatan dan pengelolaan keuangan usaha.

Keterkaitan Literasi Keuangan, Pemasaran Digital, dan Pembayaran Digital terhadap Pendapatan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga aspek tersebut tidak berdiri sendiri dalam mendukung perkembangan usaha. Literasi keuangan membantu pelaku usaha memahami kondisi keuangan dan mengatur penggunaan modal, pemasaran digital membantu mendatangkan serta mempertahankan konsumen, sedangkan pembayaran digital memberikan kemudahan ketika transaksi dilakukan. Dengan kata lain, ketiganya memiliki fungsi yang berbeda tetapi saling melengkapi dalam aktivitas usaha.

Kondisi tersebut terlihat dari pola yang ditemukan pada pelaku UMKM di Tanjung Morawa. Penggunaan pemasaran digital dapat meningkatkan jumlah konsumen, tetapi manfaatnya akan lebih mudah dikelola ketika pelaku usaha mampu mencatat dan mengontrol penerimaan serta pengeluaran usaha. Demikian pula, semakin banyak transaksi yang diperoleh melalui pemasaran digital, semakin dibutuhkan sistem pembayaran yang praktis dan mudah dicatat. Dalam kondisi ini, literasi keuangan, pemasaran digital, dan pembayaran digital membentuk rangkaian yang saling mendukung dalam kegiatan usaha.

Dengan demikian, peningkatan pendapatan UMKM di Tanjung Morawa tidak hanya berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha menggunakan teknologi, tetapi juga dengan kemampuan mengelola hasil dari pemanfaatan teknologi tersebut.

Literasi keuangan menjadi dasar dalam mengelola keuangan, pemasaran digital menjadi sarana memperluas pasar, sedangkan pembayaran digital membantu memperlancar transaksi. Oleh karena itu, pemanfaatan ketiga aspek tersebut secara bersama-sama dapat menjadi salah satu strategi bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan efisiensi usaha, memperluas pasar, dan mendorong peningkatan pendapatan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran literasi keuangan, pemasaran digital, dan pembayaran digital terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Tanjung Morawa, dapat disimpulkan bahwa ketiga aspek tersebut memiliki peran dalam mendukung peningkatan pendapatan usaha.

Literasi keuangan membantu pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan, mengelola modal, serta memisahkan keuangan usaha dan pribadi. Pemasaran digital membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan jumlah pelanggan melalui pemanfaatan media sosial maupun platform digital. Sementara itu, pembayaran digital seperti transfer bank, e-wallet, dan QRIS memberikan kemudahan serta efisiensi dalam proses transaksi, sehingga dapat mendukung peningkatan penjualan dan pendapatan UMKM.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan literasi keuangan, pemasaran digital, dan pembayaran digital secara bersama-sama dapat menciptakan pengelolaan usaha yang lebih efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Pelaku UMKM tidak hanya perlu mampu memanfaatkan teknologi untuk memasarkan dan menerima pembayaran, tetapi juga perlu memiliki kemampuan dalam mengelola hasil usaha secara baik. Dengan demikian, peningkatan kemampuan literasi keuangan serta pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu langkah yang dapat dilakukan untuk mendukung keberlanjutan dan peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Tanjung Morawa.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan melibatkan 20 pelaku UMKM di Kecamatan Tanjung Morawa, sehingga hasil penelitian lebih menggambarkan pengalaman dan kondisi informan yang diteliti dan belum dapat digeneralisasikan pada seluruh UMKM. Kedua, data penelitian diperoleh melalui wawancara sehingga sangat bergantung pada pengalaman, pemahaman, dan informasi yang disampaikan oleh masing-masing informan. Selain itu, penelitian ini belum mengukur besarnya pengaruh masing-masing variabel secara kuantitatif terhadap pendapatan UMKM.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat melibatkan jumlah responden yang lebih luas serta menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan dan besarnya pengaruh literasi keuangan, pemasaran digital, dan pembayaran digital terhadap pendapatan UMKM.

5. REFERENSI

- Adriani, & Yuniar, V. A. P. (2023). Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Kinerja Keuangan Pada UMKM Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Ekonomi Bisnis, Manajemen Akuntansi*, 6(2). <https://jurnal.stie-lpi.ac.id/index.php/neraca>
- Alifia, N., Permana, E., & Harnovinsah. (2024). Analisis Penggunaan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. In *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* (Vol. 25, Number 1).
- Annisa, H. K., Nurbaiti, A., Sundari, W., & Sari, S. P. (2024). Pengaruh Pembayaran Digital Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Literatur Riview. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(2), 380–383. <https://doi.org/10.32493/drbb.v7i2.36022>
- Azzahra, A., & Soemitra, A. (2024). Implementasi Ketahanan Ekonomi Melalui Peningkatan Perdagangan Pemulihan Usaha Koperasi dan UMKM di Sekitar Kantor Walikota Medan. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 2(4), 154–165. <https://doi.org/10.30640/trendin.g.v2i4.3090>
- Buana Sari, P., & Macia Sari, M. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Adopsi Digital Payment Dan Dampaknya Pada Kinerja Keuangan UMKM. In *Journal of Management, Economic, and Accounting* (Vol. 4, Number 2).

- Hartanti, M. F. P., Mardita, C. N., Tirta, M., Putra, A. R. A., & Setyaningrum, I. (2023). Literasi Pemasaran Digital dan Teknologi Keuangan Sebagai Sarana Peningkatan Omset UMKM di Probolinggo. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 113.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.922>
- Hasibuan, U. M., Lubis, W. A., & Angrilla, T. Della. (2025). Analisis Kebijakan Fiskal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun 2024. *WELFARE : Journal of Islamic Economics and Finance*, 4(1).
- Khairani, I., Imsar, & Nasution, M. L. I. (2023). Analysis of the Contribution of Islamic Social Capital to Increasing MSMEs. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 4(1), 145–162.
<https://doi.org/10.47700/jiefes.v4i1.8923>
- Kholifah, & Sudiarti, S. (2023). Peranan Bank BPRS PT Puduarta Insani Dalam Meningkatkan UMKM. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 3(1), 79.
- Lubis, S. N., Nurbaiti, & Aisyah, S. (2023). Pengaruh Perkembangan Fintech Terhadap Kemandirian Finansial Usaha Mikro Dengan Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*.
- Marliyah, Yafiz, M., Dharma, B., & B. Syarbaini, A. M. (2022). Analisis Kebutuhan Industri Keuangan Syariah Terhadap Kompetensi Luaran Pendidikan Tinggi Islam. *Human Falah Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9.
- Maushufi, N. N., & Wilasittha, A. A. (2024). Peran Literasi dan Pengelolaan Keuangan dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4.
- Melani, J., Nababan, R., & Sri, D. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Pembayaran Digital Dan Modal Manusia Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Sako. *Jurnal Informasi Akuntansi*.
- Pratama, R., & Paransa, J. (2024). Optimilisasi Pertumbuhan UMKM Di Indonesia Melalui Pemasaran Digital. *Kajian Ilmu Administrasi*, 21(2), 164–181.
<https://doi.org/10.21831/efisiens.i.v%vi%i.77042>
- Qurtubi, Febrianti, M. A., Sugarindra, M., Hidayat, A., & Suyanto, M. (2022). The Impact of Digital Marketing: A Systematic Literature Review. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 16(13), 15–29.
<https://doi.org/10.3991/ijim.v16i13.30609>
- Salwa, N., Rahma, T. I. F., & Nasution, J. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan Mahasiswa UINSU. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 2(2), 353–364.
- Saputra, H. T., Rif'ah, F. M., & Andrianto, B. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. In *Journal Economy Management Business and Entrepreneur: I*.
- Seputri, W., & Yafiz, M. (2022). QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital Generasi Z: Analisis Faktor. *Adzkiya : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 10(02), 139.
<https://doi.org/10.32332/adzkiya.v10i02.5259>
- Setiawan, H., Nasution, Y. S. J., &

- Syafina, L. (2023). Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pengalaman Usaha, Motivasi Kerja, Dan Skala Usaha Terhadap Persepsi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Pelaku UMKM (Studi Kasus UMKM Di Kecamatan Ujung Padang Kabupaten Simalungun). *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*.
- Situmorang, Y. W. A., Efendi, B., & Nasution, L. N. (2025). Analisis Peranan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 4(2), 637–649. <https://doi.org/10.55606/jempper.v4i2.4786>
- Suendro, G., & Fridatien, E. (2025). Peran Digital Payment dalam Efisiensi Keuangan Usaha Mikro di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 5(1), 661–669. <https://doi.org/10.55606/jimek.v5i1.6718>
- Sulistiyo, A., Putranto, A., & Hartiyah, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi Sumberdaya Manusia, Inovasi Produk, Dan Akses Pemasaran Terhadap Kinerja UMKM Di Kabupaten Wonosobo. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*.
- Syamsul, Rosyada, D., & Kuswaniwati, T. (2023). Literasi Keuangan UMKM: Ditinjau Dari Aspek Pengetahuan Keuangan, Lembaga Keuangan, dan Teknologi Keuangan. *Liabilities Jurnal Pendidikan Akuntansi*.
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Online) KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(1), 170. <https://doi.org/10.29264/jkin.v19i1.10207>
- Taufiq, A. M. A., & Pabulo, A. M. A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pembayaran Digital Pada Kinerja UMKM Tahun 2023. *Ikraith - Ekonomika*. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i3>
- Temuju, M. I., Imsar, & Rahmani, N. A. bi. (2026). The Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, and Sharia Financial Literacy on QRIS Users: A case Study of UINSU Student MSMEs. *Sentralisasi Universitas Muhammadiyah Sorong*.
- Wahid. (2024). Strategi Pemasaran Usaha Melalui Digital Marketing. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4.
- Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Al-Qorni, Z. Q. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 3(1).