

Pengaruh Penggunaan *E-Commerce*, *Financial Technology* dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Sektor Produk Kuliner Di Kota Kediri

Tasya Della Puspita¹, Badrus Zaman², Andy Kurniawan³

^{1,2,3} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Indonesia

E-mail: tasyadellapuspita1@gmail.com¹, pak.badrus@gmail.com², andykurniawan@unpkediri.ac.id³

Article History:

Received: 26 Juni 2026

Revised: 23 Agustus 2026

Accepted: 11 September 2026

Keywords: *e-commerce*,
financial technology, *inovasi*
produk, *kinerja keuangan*,
UMKM kuliner

Abstract: Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan *e-commerce*, *financial technology* (*fintech*), dan inovasi produk terhadap kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kota Kediri. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 98 pelaku UMKM kuliner di Kota Kediri yang dipilih dengan teknik simple random sampling. Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS versi 26 melalui pengujian kualitas instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji parsial (uji *t*), dan uji simultan (uji *F*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial penggunaan *e-commerce*, *financial technology*, dan inovasi produk berpengaruh positif serta signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga terbukti berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kota Kediri. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan teknologi digital yang didukung oleh inovasi produk mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta memperkuat daya saing usaha sehingga berdampak pada peningkatan kinerja keuangan. Oleh sebab itu, pelaku UMKM perlu memaksimalkan penggunaan teknologi digital dan melakukan inovasi produk secara berkelanjutan guna menjaga keberlangsungan usahanya.

PENDAHULUAN

Salah satu sektor yang paling berpengaruh dalam perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB nasional. Menurut data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, kontribusi UMKM terhadap PDB nasional telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Ini

menunjukkan bahwa UMKM adalah tulang punggung perekonomian nasional (Kemenkop UKM RI, 2021).

Salah satu bidang usaha yang menunjukkan perkembangan cukup pesat adalah sektor kuliner. Tingginya kebutuhan masyarakat terhadap produk makanan dan minuman menyebabkan sektor ini memiliki prospek usaha yang menjanjikan. Data Dinas Koperasi, Usaha Mikro, dan Tenaga Kerja Kota Kediri menunjukkan bahwa usaha di bidang kuliner mendominasi jumlah UMKM dibandingkan sektor lainnya. Kondisi tersebut mencerminkan besarnya potensi pengembangan usaha kuliner, namun pada saat yang sama juga memunculkan persaingan yang semakin ketat di antara para pelaku usaha.

Di balik potensinya yang besar, UMKM masih menghadapi berbagai kendala yang dapat memengaruhi kinerja keuangan usaha. Beberapa permasalahan yang umum dihadapi meliputi keterbatasan akses pembiayaan, rendahnya kemampuan dalam pengelolaan keuangan, serta terbatasnya jangkauan pemasaran. Permasalahan tersebut dapat menghambat pertumbuhan usaha apabila tidak diatasi dengan baik. Menurut (Hery, 2021), kinerja keuangan merupakan gambaran mengenai kemampuan suatu usaha dalam mengelola sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan, menjaga efisiensi biaya, dan mempertahankan keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, peningkatan kinerja keuangan menjadi aspek penting bagi keberhasilan UMKM.

Perkembangan teknologi digital telah memberikan peluang baru bagi pelaku UMKM dalam menjalankan aktivitas bisnis. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi tersebut adalah melalui penggunaan *e-commerce*. Kehadiran *e-commerce* memungkinkan pelaku usaha melakukan kegiatan pemasaran dan penjualan secara lebih luas tanpa dibatasi oleh wilayah geografis. Selain itu, penggunaan *e-commerce* dapat meningkatkan efektivitas promosi, mempercepat proses transaksi, serta memperluas akses pasar (Kotler & Keller, 2021). Meskipun demikian, tingkat pemanfaatan *e-commerce* pada UMKM masih belum optimal karena dipengaruhi oleh rendahnya literasi digital, keterbatasan kemampuan pemasaran daring, serta tingginya persaingan antar pelaku usaha di platform digital.

Selain pemanfaatan *e-commerce*, perkembangan teknologi juga mendorong munculnya inovasi pada sektor jasa keuangan melalui *financial technology* (*fintech*). *Financial technology* merupakan layanan keuangan berbasis teknologi yang menyediakan berbagai kemudahan, seperti pembayaran digital, transfer dana, pembiayaan, maupun pengelolaan keuangan secara elektronik (Putri, 2023). Pemanfaatan layanan tersebut dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan efisiensi transaksi dan mempermudah pengelolaan keuangan usaha. Namun, implementasi *fintech* masih menghadapi berbagai hambatan, antara lain kurangnya pemahaman mengenai teknologi keuangan digital dan adanya kekhawatiran terhadap keamanan transaksi.

Faktor lain yang diperkirakan turut memengaruhi kinerja keuangan UMKM adalah inovasi produk. Menurut (Kotler & Keller, 2021), inovasi produk merupakan upaya yang dilakukan pelaku usaha untuk menciptakan, memperbaiki, atau mengembangkan produk agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Melalui inovasi produk, UMKM dapat meningkatkan kualitas produk, menciptakan nilai tambah, serta memperkuat daya saing di pasar. (Winarsa & Sumaryanto, 2025) menyatakan bahwa kemampuan melakukan inovasi menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberlangsungan usaha, terutama di tengah perubahan preferensi konsumen yang semakin dinamis.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji pengaruh *e-commerce*, *financial technology*, dan inovasi produk terhadap kinerja keuangan UMKM. (Hambali et al., 2024), menemukan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Penelitian (Winarsa & Sumaryanto, 2025) juga menunjukkan bahwa *financial technology* mampu

meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Namun, hasil yang berbeda ditemukan oleh (Kuddy et al., 2024) yang menyatakan bahwa *e-commerce* dan *financial technology* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM apabila diuji secara parsial, meskipun secara simultan kedua variabel tersebut memberikan pengaruh yang signifikan.

Perbedaan hasil penelitian terdahulu menunjukkan masih adanya *research gap* terkait pengaruh *e-commerce*, *financial technology*, dan inovasi produk terhadap kinerja keuangan UMKM. Selain itu, penelitian yang secara khusus mengkaji ketiga variabel tersebut pada UMKM sektor kuliner di Kota Kediri masih relatif terbatas. Atas dasar tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-commerce*, *financial technology*, dan inovasi produk terhadap kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kota Kediri, baik secara parsial maupun simultan.

LANDASAN TEORI

Kinerja Keuangan UMKM

Kinerja keuangan UMKM menggambarkan tingkat keberhasilan suatu usaha dalam mengelola sumber daya keuangan yang dimiliki untuk mencapai tujuan bisnis secara efektif dan efisien. Kinerja keuangan dapat dilihat dari kemampuan usaha dalam menghasilkan laba, mengelola arus kas, meningkatkan pendapatan, serta menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Menurut (Astari & Candraningrat, 2022), kinerja keuangan UMKM menunjukkan sejauh mana pelaku usaha mampu memanfaatkan sumber daya keuangan untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Sementara itu, (Shanti & Mangifera, 2026), menyatakan bahwa kinerja keuangan merupakan hasil dari kemampuan pelaku usaha dalam mengelola aspek keuangan yang dipengaruhi oleh literasi keuangan, perilaku keuangan, dan pemanfaatan teknologi keuangan. Semakin baik kinerja keuangan yang dimiliki, maka semakin besar peluang UMKM untuk berkembang dan mempertahankan usahanya di tengah persaingan bisnis.

E-Commerce

E-commerce merupakan sistem perdagangan yang memanfaatkan media elektronik dan jaringan internet dalam pelaksanaan aktivitas bisnis, mulai dari pemasaran, penjualan, pembelian, hingga distribusi barang maupun jasa. Kehadiran *e-commerce* memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk melakukan transaksi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Selain memperluas akses pasar, penggunaan *e-commerce* juga dapat meningkatkan efisiensi operasional serta mempercepat proses pelayanan kepada konsumen. (Kotler & Keller, 2021) menjelaskan bahwa *e-commerce* merupakan bagian dari perkembangan teknologi informasi yang memungkinkan kegiatan perdagangan dilakukan secara digital. (Maharani et al., 2023), menambahkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* mampu mendukung fleksibilitas bisnis dan memperluas peluang pasar bagi pelaku usaha, khususnya UMKM.

Pengaruh E-Commerce terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Pemanfaatan *e-commerce* diyakini dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM melalui perluasan pasar dan peningkatan volume penjualan. Melalui platform digital, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen yang lebih luas sehingga potensi pendapatan yang diperoleh juga semakin meningkat. Selain itu, penggunaan *e-commerce* dapat membantu menekan biaya operasional dan meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran. Hasil penelitian (Kristanti et al., 2024), membuktikan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM.

H1: *E-commerce* berpengaruh parsial terhadap kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kota Kediri.

Financial Technology

Financial technology (fintech) merupakan inovasi di bidang layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi digital untuk memberikan kemudahan dalam berbagai aktivitas keuangan. Layanan *fintech* mencakup pembayaran digital, transfer dana, pembiayaan, investasi, hingga pencatatan keuangan secara elektronik. Kehadiran *fintech* memungkinkan transaksi keuangan dilakukan secara lebih cepat, praktis, dan efisien. Menurut (Putri, 2023), *financial technology* merupakan bentuk transformasi layanan keuangan berbasis teknologi yang bertujuan meningkatkan efektivitas dan efisiensi transaksi. (Shanti & Mangifera, 2026) juga menyatakan bahwa *fintech* memiliki peran penting dalam mendukung transformasi digital serta meningkatkan produktivitas dan kinerja keuangan pelaku usaha.

Pengaruh Financial Technology terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Penggunaan *financial technology* dapat membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan usaha. Kemudahan dalam melakukan transaksi, pencatatan keuangan, serta pengelolaan arus kas memungkinkan pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis secara lebih efektif. Pemanfaatan *fintech* yang optimal dapat meningkatkan produktivitas dan mendukung peningkatan pendapatan usaha. Penelitian (Winarsa & Sumaryanto, 2025), menunjukkan bahwa *financial technology* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM.

H2: Financial technology berpengaruh parsial terhadap kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kota Kediri.

Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan proses pengembangan, penyempurnaan, maupun penciptaan produk baru yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas, fungsi, serta daya tarik produk di pasar. Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup perbaikan terhadap produk yang sudah ada agar lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Menurut (Pratama & Putri, 2024), inovasi produk merupakan upaya berkelanjutan yang dilakukan perusahaan guna meningkatkan nilai tambah produk sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. (Fandy Tjiptono, 2020), menjelaskan bahwa inovasi produk dilakukan sebagai strategi perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis.

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Kemampuan pelaku usaha dalam melakukan inovasi produk dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen dan meningkatkan daya saing usaha. Produk yang inovatif cenderung lebih mampu menarik perhatian konsumen sehingga dapat meningkatkan tingkat penjualan dan keuntungan usaha. Semakin tinggi tingkat inovasi yang dilakukan, maka semakin besar peluang UMKM untuk meningkatkan kinerja keuangannya. Penelitian (Winarsa & Sumaryanto, 2025), membuktikan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM.

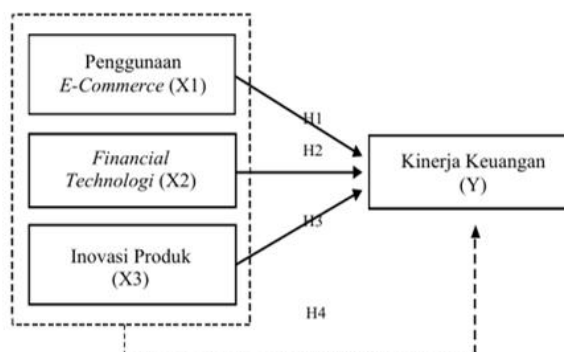
H3: Inovasi produk berpengaruh parsial terhadap kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kota Kediri.

Pengaruh E-Commerce, Financial Technology, dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Kinerja keuangan UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari pemanfaatan teknologi maupun kemampuan pelaku usaha dalam berinovasi. Penggunaan *e-commerce* dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, sedangkan *financial technology* mampu meningkatkan efisiensi transaksi dan mempermudah pengelolaan keuangan usaha. Di sisi lain, inovasi produk berperan dalam menciptakan nilai tambah dan meningkatkan daya saing produk di pasar. Sinergi antara pemanfaatan teknologi digital dan inovasi produk diyakini dapat

meningkatkan efektivitas operasional serta mendorong peningkatan pendapatan usaha. Penelitian (Winarsa & Sumaryanto, 2025), menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital yang didukung oleh inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap peningkatan kinerja keuangan UMKM.

H4: *E-commerce*, *financial technology*, dan inovasi produk secara simultan berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kota Kediri.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber gambar: Dibuat peneliti

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan serta pengaruh antara variabel independen, yaitu *e-commerce*, *financial technology*, dan inovasi produk terhadap variabel dependen, yaitu kinerja keuangan UMKM. Menurut (Sugiono, 2023), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Kediri melalui penyebaran kuesioner. Responden penelitian dipilih karena dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait penggunaan *e-commerce*, *financial technology*, inovasi produk, serta kondisi kinerja keuangan usaha yang dijalankan. Dengan demikian, data yang diperoleh mampu memberikan informasi yang relevan untuk menjawab tujuan penelitian.

Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi responden penelitian (Sugiono, 2023). Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 98 pelaku UMKM sektor kuliner yang terdaftar pada Dinas Koperasi, Usaha Mikro, dan Tenaga Kerja Kota Kediri.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Kediri. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu mulai dari skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju hingga skor 5 untuk jawaban sangat setuju. Penggunaan skala Likert bertujuan untuk mengukur persepsi responden terhadap indikator dari masing-masing variabel penelitian (Simamora, 2022).

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas *e-commerce* (X1), *financial technology* (X2), dan inovasi produk (X3), sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah kinerja keuangan UMKM (Y). Definisi operasional masing-masing variabel disusun berdasarkan

teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan agar dapat menggambarkan konsep penelitian secara lebih jelas dan terukur.

Analisis data dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS Statistics versi 26. Tahapan analisis meliputi uji kualitas instrumen yang terdiri atas uji validitas dan uji reliabilitas, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Setelah seluruh asumsi terpenuhi, analisis dilanjutkan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Selanjutnya dilakukan uji parsial (*uji t*) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individu, uji simultan (*uji F*) untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi kinerja keuangan UMKM (Ghozali, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

(Ghozali, 2021) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, dimana suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Kondisi	Keterangan
Kinerja Keuangan (Y)	Y.1	0,5434	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	Y.2	0,439	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	Y.3	0,669	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	Y.4	0,686	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	Y.5	0,780	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	Y.6	0,816	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	Y.7	0,745	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
E-Commerce (X1)	X1.1	0,644	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	X1.2	0,855	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	X1.3	0,900	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	X1.4	0,906	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	X1.5	0,868	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
Financial Technology (X2)	X2.1	0,544	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	X2.2	0,648	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	X2.3	0,712	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	X2.4	0,839	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	X2.5	0,943	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	X2.6	0,937	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
Inovasi Produk (X3)	X3.1	0,681	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	X3.2	0,813	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid
	X3.3	0,828	0,344	r-hitung > r-tabel	Valid

Sumber: Data diolah SPSS Versi 26, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, seluruh butir pernyataan pada variabel kinerja keuangan UMKM (Y), Penggunaan *e-commerce* (X1), *financial technology* (X2), dan inovasi produk (X3)

dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r hitung pada setiap butir pernyataan yang lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,344.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$, yang menunjukkan bahwa item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara konsisten.

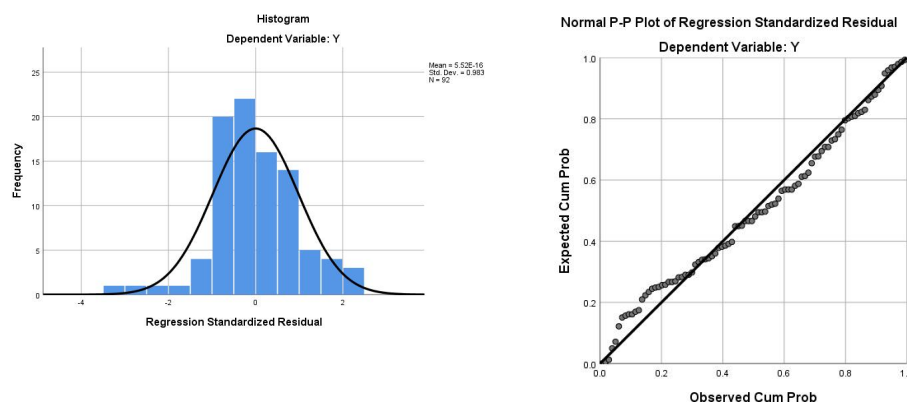
Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

No.	Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Penggunaan <i>E-Commerce</i> (X1)	0,895	0,60	Reliabel
2.	<i>Financial Technology</i> (X2)	0,830	0,60	Reliabel
3.	Inovasi Produk (X3)	0,671	0,60	Reliabel
4.	Kinerja Keuangan (Y)	0,779	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS versi 26, 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas, seluruh variabel penelitian menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,60, sehingga dapat dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram & Plot)

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan Gambar 2, hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data penelitian telah berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari grafik histogram yang membentuk pola menyerupai lonceng (*bell-shaped*) dan penyebaran data cenderung simetris. Selain itu, pada grafik Normal P-P Plot, titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data penelitian memenuhi asumsi normalitas sehingga layak digunakan untuk analisis regresi.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.81391683

Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.063
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.170 ^e

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,170. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,170 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikoloniaritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolineritas

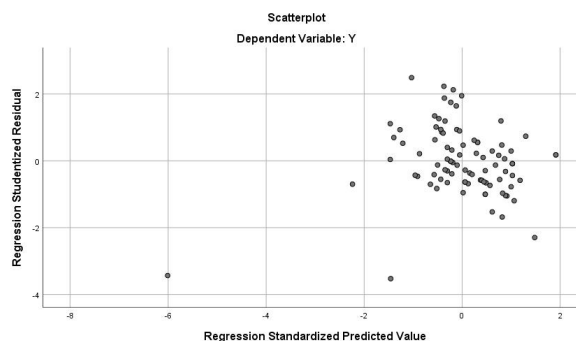
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	E-Commerce	.905	1.105
	Financial Technology	.844	1.184
	Inovasi Produk	.899	1.112

a. Dependent Variable : Kinerja Keuangan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Hasil uji multikolineritas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Variabel *e-commerce* memiliki nilai Tolerance sebesar 0,905 dan VIF sebesar 1,105, variabel *financial technology* memiliki nilai Tolerance sebesar 0,844 dan VIF sebesar 1,184, sedangkan variabel inovasi produk memiliki nilai Tolerance sebesar 0,988 dan VIF sebesar 1,112. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolineritas pada model regresi, sehingga variabel independen dalam penelitian ini layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Grafik Scatter Plot

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan gambar *scatter plot*, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y serta tidak membentuk pola tertentu, seperti pola bergelombang, melebar, maupun menyempit. Penyebaran titik-titik juga tidak menunjukkan suatu pola yang jelas dan cenderung tersebar di sekitar garis nol. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

Analisis Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.391	3.048		1.769	.080
	<i>E-Commerce</i>	.220	.091	.201	2.420	.019
	<i>Financial Technology</i>	.465	.090	.442	5.142	.000
	Inovasi Produk	.644	.201	.267	3.203	.002
a. Dependent Variable : Kinerja Keuangan						

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linear berganda yang ada pada tabel 5 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,391 + 0,220X_1 + 0,465X_2 + 0,644X_3$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh nilai konstanta sebesar 5,391 yang menunjukkan bahwa apabila variabel *e-commerce*, *financial technology*, dan inovasi produk dianggap konstan, maka kinerja keuangan UMKM memiliki nilai sebesar 5,391. Koefisien regresi variabel *e-commerce* sebesar 0,220 menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan *e-commerce* akan meningkatkan kinerja keuangan sebesar 0,220 satuan.

Variabel *financial technology* memiliki koefisien regresi sebesar 0,465 yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan penggunaan *financial technology* akan meningkatkan kinerja keuangan sebesar 0,465 satuan.

Sementara itu, variabel inovasi produk memiliki koefisien regresi terbesar, yaitu sebesar 0,644, yang menunjukkan bahwa peningkatan inovasi produk akan meningkatkan kinerja keuangan sebesar 0,644 satuan. Dengan demikian, seluruh variabel independen memiliki arah pengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM.

Uji Koefisiensi Determinasi (R-Square)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671 ^a	.451	.432	2.861
a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, E-Commerce, Financial Technology				
b. Dependent Variable: Kinerja Keuangan				

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,432. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel *e-commerce*, *financial technology*, dan inovasi produk mampu

menjelaskan variasi kinerja keuangan UMKM sebesar 43,2%, sedangkan sisanya sebesar 56,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Selain itu, nilai R Square sebesar 0,451 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap kinerja keuangan UMKM.

Uji t (Parsial)

Tabel 7. Hasil Uji Statistik t (Parsial)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.391	3.048		1.769	.080
	<i>E-Commerce</i>	.220	.091	.201	2.420	.019
	<i>Financial Technology</i>	.465	.090	.442	5.142	.000
	Inovasi Produk	.644	.201	.267	3.203	.002
a. Dependent Variable : Kinerja Keuangan						

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan hasil uji t, variabel *e-commerce*, *financial technology*, dan inovasi produk memiliki nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,019; 0,000; dan 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, seluruh variabel independen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

Uji F (Simultan)

Tabel 8. Hasil Uji f (Simultan)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	590.885	3	196.962	24.055	< .000 ^b
	Residual	720.550	88	8,188		
	Total	1311.435	91			
a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan						
b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, E-Commerce, Financial Technology						

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Pembahasan

Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Sektor Produk Kuliner.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *e-commerce* berpengaruh parsial terhadap kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kota Kediri. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,019 (< 0,05) dan koefisien regresi sebesar 0,220. Dengan demikian,

hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemanfaatan *e-commerce*, maka semakin baik kinerja keuangan UMKM. Penggunaan *e-commerce* memungkinkan pelaku usaha memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas promosi, serta mempermudah proses transaksi dengan konsumen. Kondisi tersebut berdampak pada peningkatan penjualan dan pendapatan usaha yang pada akhirnya mampu meningkatkan kinerja keuangan UMKM.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa *e-commerce* dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas akses pasar bagi pelaku usaha (Kotler & Keller, 2021). Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian (Hambali et al., 2024) yang menemukan bahwa pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Dengan demikian, *e-commerce* menjadi salah satu faktor penting yang dapat mendukung peningkatan kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kota Kediri.

Pengaruh Penggunaan *Financial Technology* Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Sektor Produk Kuliner.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *financial technology* berpengaruh parsial terhadap kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kota Kediri. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dengan koefisien regresi sebesar 0,465. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa *financial technology* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM diterima.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemanfaatan *financial technology*, maka semakin baik kinerja keuangan UMKM. Penggunaan layanan keuangan digital seperti QRIS, dompet digital, *mobile banking*, dan transfer elektronik mampu mempermudah proses transaksi, meningkatkan efisiensi operasional, serta membantu pengelolaan arus kas usaha. Kemudahan tersebut memberikan pengalaman transaksi yang lebih cepat dan praktis bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan peluang penjualan dan pendapatan usaha.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian (Winarsa & Sumaryanto, 2025) yang menyatakan bahwa *financial technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Pemanfaatan teknologi keuangan memungkinkan pelaku usaha mengelola aktivitas keuangan secara lebih efektif, meningkatkan efisiensi transaksi, serta mendukung keberlangsungan usaha di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat.

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Sektor Produk Kuliner.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel inovasi produk berpengaruh parsial terhadap kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kota Kediri. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,002 ($< 0,05$) dengan koefisien regresi sebesar 0,644. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi produk yang dilakukan oleh pelaku UMKM, maka semakin baik kinerja keuangan yang dihasilkan. Inovasi produk dapat dilakukan melalui pengembangan variasi produk, peningkatan kualitas, perbaikan kemasan, maupun penciptaan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Produk yang inovatif mampu memberikan nilai tambah, meningkatkan daya saing, serta menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian (Winarsa & Sumaryanto, 2025) yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan dan mengembangkan produk yang sesuai

dengan perkembangan pasar dapat meningkatkan penjualan, memperkuat posisi usaha, serta mendorong peningkatan pendapatan dan keuntungan usaha. Oleh karena itu, inovasi produk menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kota Kediri.

Pengaruh Penggunaan *E-Commerce*, *Financial Technology* dan Inovasi Produk Secara Simultan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Sektor Produk Kuliner.

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai f hitung sebesar 24,055 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hasil tersebut membuktikan bahwa *e-commerce*, *financial technology*, dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kota Kediri. Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kinerja keuangan UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi oleh kombinasi pemanfaatan teknologi digital dan kemampuan berinovasi. Penggunaan *e-commerce* membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, *financial technology* mendukung efisiensi transaksi dan pengelolaan keuangan, sedangkan inovasi produk meningkatkan daya saing usaha melalui penciptaan nilai tambah bagi konsumen. Kombinasi ketiga faktor tersebut mampu mendukung peningkatan pendapatan dan keberhasilan usaha.

Selain itu, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,432 menunjukkan bahwa 43,2% variasi kinerja keuangan UMKM dapat dijelaskan oleh variabel *e-commerce*, *financial technology*, dan inovasi produk, sedangkan sisanya sebesar 56,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa digitalisasi usaha yang didukung oleh inovasi produk merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan kinerja keuangan dan daya saing UMKM sektor kuliner di Kota Kediri.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *e-commerce*, *financial technology*, dan inovasi produk terhadap kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kota Kediri, dapat disimpulkan bahwa variabel *e-commerce* parsial terhadap kinerja keuangan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* mampu membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas pemasaran, serta mendorong peningkatan penjualan dan pendapatan usaha. Selain itu, *financial technology* juga terbukti berpengaruh parsial terhadap kinerja keuangan UMKM. Pemanfaatan layanan keuangan digital dapat meningkatkan efisiensi transaksi, mempermudah pengelolaan keuangan, serta mendukung kelancaran aktivitas usaha. Variabel inovasi produk turut memberikan pengaruh parsial terhadap kinerja keuangan UMKM, yang menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan produk sesuai kebutuhan pasar mampu meningkatkan daya saing dan nilai tambah usaha.

Secara simultan, *e-commerce*, *financial technology*, dan inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kota Kediri. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan variasi kinerja keuangan UMKM sebesar 43,2%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Oleh karena itu, peningkatan kinerja keuangan UMKM dapat dicapai melalui optimalisasi pemanfaatan teknologi digital serta penerapan inovasi produk secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, pelaku UMKM disarankan untuk meningkatkan pemanfaatan *e-commerce* dan *financial technology* dalam kegiatan operasional usaha serta terus melakukan inovasi produk agar mampu meningkatkan daya saing dan kinerja keuangan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi

kinerja keuangan UMKM, seperti literasi keuangan, strategi pemasaran digital, kualitas sumber daya manusia, atau orientasi kewirausahaan sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- 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. <https://doi.org/10.25077/mssb.3.1.68-81.2022>
- Fandy Tjiptono. (2020). *Strategi Pemasaran, Prinsip Dan Penerapan*. Andi Offset.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariatif Dengan Program IMB SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hambali, H. R., Nendissa, S. J., Mayndarto, E. C., Djibran, M. M., & Dinsar, A. (2024). Pengaruh Fintech dan E-Commerce Terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Edunomika*, 08(02), 1–7. <https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.12883>
- Hery. (2021). *Akuntansi Keuangan Menengah*. Grasindo.
- Kemenkop UKM RI. (2021).). *Data perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tahun 2021*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Managemen (15th ed.)*. Erlangga.
- Kristanti, V., M.Sodik, & Zainudin. (2024). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi, dan Inovasi Produk terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM di Kota Batu. *Jurnal Economina*, 3(8), 815–827. <https://doi.org/10.36085/jakta.v5i2.6906>
- Kuddy, A. L., Setiarin, N., Ahlia, I. S., K.T., F., & Sitompul. (2024). The Effect of Financial Behavior, Financial Technology, and E-Commerce Adoption on UMKM Income Growth: A Case Study of “Baku Timba Fest,” Jayapura City. *Journal Syntax Idea*, 6(12), 6–9. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i12.11848>
- Maharani, A., Adawiyah, D. R., Prisilia, F. A., Yovitasari, T. Z., & Saputra, W. (2023). Perkembangan dan penggunaan e-commerce sebagai salah satu dampak revolusi industri 4.0 di lingkungan bisnis. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 304–314.
- Pratama, A., & Putri, D. (2024). Peran inovasi produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 23–34.
- Putri, D. A. (2023). Pengaruh financial technology terhadap kinerja keuangan UMKM di era digital. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 45–56.
- Shanti, R. K., & Mangifera, L. (2026). Akselerasi Kinerja UMKM : Peran Strategis Financial Tieracy di Era Digital. *Jurnal Lentera Bisnis*, 15(1), 644–659. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v15i1.2023>
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Sugiono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.)). Alfabeta.
- Winarsa, F. B., & Sumaryanto. (2025). Pengaruh Financial Knowledge , Penggunaan Fintech dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Keuangan Pelaku UMKM di Kecamatan Kerjo. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 3(4), 11–21. <https://doi.org/10.54066/jrime.v3i4.3547>