

Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan *Digital Financial Product*, Dan Penggunaan Internet Terhadap Inklusi Keuangan Pada Pelaku UMKM di Kota Palembang

Budi Wahyono¹, Yuliani², Kemas Muhammad Husni Thamrin³

¹⁻³Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, budivs_78@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan *digital financial product* dan penggunaan internet terhadap inklusi keuangan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang sebanyak 400 dengan sampel 200 pelaku UMKM di kota Palembang. Teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan survei dan studi literatur. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Metode* (SEM) berbasis *partial least squares* (PLS) untuk mengestimasi yang menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan *Digital Financial*, dan penggunaan internet terhadap inklusi keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inklusi keuangan, penggunaan *digital financial* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inklusi keuangan dan penggunaan internet tidak berpengaruh terhadap inklusi keuangan. Literasi keuangan, penggunaan *digital financial* dan penggunaan internet berpengaruh terhadap inklusi keuangan.

Kata Kunci: Digital Financial Product, Internet, Inklusi, Literasi Keuangan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of financial literacy, the use of digital financial products and the use of the internet on financial inclusion. The population in this study were Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Palembang City totaling 400 with a sample of 200 MSMEs in Palembang City. The sampling technique was purposive sampling. Data collection techniques used surveys and literature studies. This study uses the Structural Equation Method (SEM) based on partial least squares (PLS) to estimate that analyzes the influence of financial literacy, the use of Digital Financial Products, and the use of the internet on financial inclusion. The results showed that financial literacy has a positive and significant effect on financial inclusion, the use of digital financial products has a positive and significant effect on financial inclusion and internet usage does not have effect on financial inclusion. Financial literacy, use of digital finance and internet use have an impact on financial inclusion.

Keywords : Digital Financial Product, Internet, Inclusion, Financial Literacy.

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kontributor besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan sangat dibutuhkan selama pandemi Covid-19 karena berdampak langsung pada sektor ekonomi masyarakat kecil (Dewi & Hernawati., 2022). UMKM dinilai mandiri karena tidak bergantung pada pendanaan eksternal seperti pinjaman atau dana asing (Dinarti et al., 2015).. Menurut Kementerian Keuangan, pandemi Covid-19 yang mulai melanda Indonesia pada akhir 2019 menyebabkan perlambatan ekonomi, kesulitan usaha masyarakat, krisis lembaga keuangan, serta lonjakan harga akibat ketidakstabilan nilai tukar (Welly, 2023).

Salah satu kebijakan pemerintah dalam menghadapi Covid-19 yang melanda Indonesia sejak akhir 2019 adalah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).



Kebijakan ini membatasi aktivitas sosial, pendidikan, ekonomi, dan lainnya, sehingga berdampak besar pada masyarakat berpenghasilan harian. Krisis ini juga menyebabkan inflasi global. Meski banyak sektor ekonomi terpuruk, UMKM tetap menunjukkan ketangguhannya (Dewi & Hernawati., 2022). UMKM terbukti berperan penting dalam perekonomian nasional, termasuk sebagai penyedia lapangan kerja. Untuk menjaga keberlanjutannya, diperlukan strategi pengembangan, pemberdayaan, dan pemulihan. Pemerintah, melalui Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palembang, diharapkan aktif mendukung upaya pemulihan ekonomi dengan memberdayakan pelaku usaha guna menciptakan pertumbuhan ekonomi dan masyarakat yang sejahtera.

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, termasuk sebagai penyedia lapangan kerja yang signifikan. Menghadapi berbagai tantangan, diperlukan strategi pengembangan, pemberdayaan, dan pemulihan agar UMKM tetap tangguh. Pemerintah, melalui Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palembang, diharapkan berkontribusi maksimal dalam upaya pemulihan ekonomi, khususnya melalui pemberdayaan pelaku usaha guna mendorong pertumbuhan dan daya saing ekonomi daerah.

Salah satu strategi yang dilakukan adalah program pelatihan kewirausahaan untuk menumbuhkan semangat wirausaha dan menciptakan UMKM yang unggul dan kompetitif. Pemerintah pusat juga memberi perhatian khusus pada penataan dan pengembangan UMKM karena perannya dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional. Namun, kendala yang sering muncul adalah struktur kepemilikan dan pengelolaan usaha yang masih bersifat perorangan.

Sebagian besar UMKM dibangun atas dasar hubungan keluarga atau kerabat, sehingga hanya sekitar 1,7% yang memiliki akta notaris (Salsabilla, 2024). Meskipun perkembangannya pesat, UMKM masih stagnan pada skala kecil dan sulit tumbuh menjadi usaha besar. Permasalahan yang dihadapi bersifat konvensional dan belum terselesaikan secara tuntas, seperti rendahnya kualitas SDM, kepemilikan usaha, keterbatasan pembiayaan, serta kendala pemasaran dan pengelolaan.

Selain itu, UMKM cenderung berorientasi jangka pendek, minim inovasi, dan belum memiliki fondasi usaha yang kuat, sehingga kontribusinya terhadap industri kreatif tidak optimal. Untuk meningkatkan kinerja dan keberlangsungan jangka panjang, dibutuhkan strategi yang tepat, seperti peningkatan pengetahuan SDM dalam pengelolaan keuangan dan akuntabilitas (Idawati & Pratama, 2020).

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan financial technology (fintech) telah membuka peluang baru untuk meningkatkan inklusi keuangan bagi UMKM, khususnya dalam akses terhadap kredit dan layanan keuangan lainnya. Survei OJK (2022) menunjukkan bahwa hanya 22% UMKM di Indonesia yang memiliki akses ke kredit formal, menandakan inklusi keuangan masih perlu ditingkatkan.

Perkembangan teknologi dan penetrasi internet turut mendorong literasi serta inklusi keuangan masyarakat. Kehadiran fintech menyederhanakan akses terhadap layanan keuangan karena seluruh proses dapat dilakukan secara online. Menurut OJK, digitalisasi keuangan mampu memperluas jangkauan layanan keuangan yang sebelumnya terbatas oleh hambatan fisik dan informasi.

Untuk mendorong inklusi keuangan, berbagai strategi diterapkan seiring perkembangan teknologi, salah satunya melalui pemanfaatan internet. Layanan keuangan digital atau financial technology (fintech) dinilai efektif karena dapat menekan biaya transaksi tanpa harus mengandalkan jaringan kantor fisik. Fintech

juga mampu menjangkau masyarakat yang sebelumnya belum terlayani oleh perbankan.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), inklusi keuangan adalah ketersediaan akses masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan formal sesuai kebutuhan dan kemampuan. Inklusi keuangan berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi, menjaga stabilitas keuangan, serta mengurangi kemiskinan dan kesenjangan ekonomi (Rinni, 2021).

Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2023–2024 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan pelaku UMKM sebesar 38,03%, dan indeks inklusi keuangan sebesar 76,19%. Meskipun masih tergolong rendah, angka ini meningkat dibandingkan SNLIK 2016, yaitu 29,7% untuk literasi dan 67,8% untuk inklusi. Rendahnya tingkat literasi menunjukkan pentingnya pemahaman keuangan bagi UMKM agar mampu mengelola dan merencanakan keuangan secara bijak (OJK).

Menurut Idiawati (2016), literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memperoleh, mengevaluasi, dan menggunakan informasi keuangan untuk pengambilan keputusan bisnis. Tanpa literasi yang memadai, inklusi keuangan justru dapat membawa risiko, seperti rentan terhadap penipuan atau salah kelola keuangan. Literasi keuangan penting dalam kehidupan sehari-hari karena mendorong perencanaan keuangan yang lebih baik, terutama jika ditanamkan sejak usia muda (Putu & Fridayana, 2023).

Survei OJK tahun 2019 menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 29,7%. Di sisi lain, kemajuan teknologi, terutama di sektor jasa keuangan, turut didorong oleh peningkatan penggunaan internet. Menurut data APJII, penetrasi internet pada kuartal II tahun 2020 mencapai 73,7% atau sekitar 196,71 juta pengguna, naik dari 64,8% pada 2018. Peningkatan ini menunjukkan potensi besar untuk pemanfaatan teknologi keuangan digital (fintech) di Indonesia. Selain literasi, fintech dan sistem pembayaran digital juga berperan penting dalam mendukung kinerja UMKM. Kwabena (2019) menyatakan bahwa kelancaran penerimaan dan pembayaran sangat memengaruhi keberhasilan bisnis UMKM.

UMKM merupakan sektor vital dalam perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi tantangan, terutama rendahnya literasi keuangan. Kondisi ini menghambat pengelolaan keuangan, akses pembiayaan, dan mitigasi risiko. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan menjadi prioritas untuk memperkuat kapasitas dan daya saing UMKM di era digital.

Di era digital, literasi keuangan tidak hanya mencakup pengelolaan keuangan manual, tetapi juga pemahaman terhadap penggunaan produk keuangan digital secara aman dan efektif. Survei OJK (2022) mengungkapkan bahwa 60% pengguna produk keuangan digital masih belum memahami cara penggunaannya secara optimal.

Fintech merupakan inovasi di sektor jasa keuangan yang hadir seiring perkembangan teknologi, memungkinkan transaksi keuangan—seperti pembayaran dan pinjaman menjadi lebih mudah, praktis, nyaman, dan ekonomis. Menurut Bank Indonesia, kehadiran fintech, khususnya dalam sistem pembayaran, dapat meningkatkan produktivitas dan penjualan UMKM dengan mengubah kebiasaan transaksi tradisional menjadi berbasis digital (Purnamasari, 2020).

Salah satu bentuk fintech yang populer saat ini adalah mobile payment. Layanan ini mendukung akses ke berbagai produk perbankan dan berdampak positif pada



sektor kesehatan, pendidikan, dan terutama bisnis. Produk keuangan digital ini sangat bergantung pada teknologi informasi dan internet sebagai fondasi operasional. Menurut survei APJII (2020), penetrasi internet di Indonesia mencapai 64,8% atau sekitar 171,17 juta pengguna dari total 264,16 juta penduduk pada 2018.

Layanan keuangan berbasis digital dan internet memberikan kemudahan akses bagi masyarakat luas di Indonesia. Penelitian Al-Rfou (2013) menunjukkan bahwa penggunaan dan kualitas internet berpengaruh signifikan terhadap inklusi keuangan. Namun, tidak semua pengguna internet secara otomatis mampu mengakses layanan keuangan secara inklusif.

Akses internet memungkinkan transaksi keuangan menjadi lebih cepat dan efisien, khususnya melalui layanan keuangan digital. Oleh karena itu, lembaga keuangan perlu meningkatkan kualitas layanan digital untuk mendorong kepuasan pengguna serta memperkuat dampak positif internet terhadap inklusi keuangan.

Namun demikian, beberapa faktor seperti keterbatasan akses internet dan rendahnya literasi teknologi menjadi hambatan. Michelle (2016) menemukan bahwa di Kenya, agency banking, mobile banking, dan internet tidak berdampak signifikan terhadap inklusi keuangan. Hasil serupa juga ditemukan oleh Shen (2018) di Tiongkok, di mana penggunaan internet tidak secara signifikan mempengaruhi inklusi keuangan.

Berdasarkan kondisi tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Produk Keuangan Digital, dan Penggunaan Internet terhadap Inklusi Keuangan pada Pelaku UMKM di Kota Palembang.”

B. KAJIAN TEORI

Resources Base Theory (RBT)

Resource-Based Theory (RBT) adalah teori yang digunakan untuk memberikan gambaran sebuah keunggulan bagi perusahaan, keunggulan perusahaan akan tercipta apabila sebuah perusahaan mempunyai sumber daya profesional yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. RBT berfungsi sebagai kerangka kerja penting yang digunakan sebagai dasar untuk memprediksi dan menjelaskan keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan (Tiffani, 2023). Keunggulan kompetitif adalah sesuatu yang melekat pada perusahaan dan sulit untuk ditiru oleh perusahaan lain. Keunggulan kompetitif didapatkan dengan memanfaatkan dan mengelola sumber daya yang dimilikinya dengan baik. Dalam sumber daya yang dimiliki perusahaan, resource based theory meyakini bahwa perusahaan sebagai kumpulan kemampuan mampu mengelola sumber daya tersebut.

Teori Sumber Daya (Resource-Based Theory) menjelaskan bahwa perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif dengan mengembangkan, mengelola, dan menganalisis sumber daya yang dimilikinya. Teori ini menekankan pentingnya keunggulan berbasis pengetahuan dan pemanfaatan aset-aset tak berwujud (intangible assets), seperti kapabilitas organisasi, keterampilan karyawan, dan inovasi, yang sulit ditiru oleh pesaing. Wahid (2020) menyatakan bahwa dalam perspektif Resource-Based Theory, perusahaan akan lebih unggul dalam persaingan usaha dan mampu mencapai kinerja keuangan yang optimal apabila memiliki, menguasai, serta memanfaatkan aset-aset strategis, baik yang bersifat berwujud maupun tidak berwujud. Selanjutnya, Tiffani (2023) menambahkan bahwa strategi yang efektif untuk meningkatkan kinerja perusahaan adalah dengan mengintegrasikan aset berwujud dan tidak berwujud secara sinergis, guna menciptakan nilai tambah dan daya saing yang berkelanjutan.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan yang tepat untuk mencapai kesejahteraan finansial. Menurut OJK (2016), literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi perilaku dalam pengelolaan keuangan. Tujuannya adalah agar individu mampu menggunakan produk dan layanan keuangan secara bijak dan bertanggung jawab.

Visi literasi keuangan menurut OJK adalah terwujudnya masyarakat Indonesia yang cerdas secara finansial. Misinya adalah memberikan edukasi agar masyarakat dapat mengelola keuangan secara mandiri, serta meningkatkan akses dan pemanfaatan produk keuangan secara inklusif dan berkelanjutan. Literasi keuangan juga berarti memahami risiko dan manfaat dari produk keuangan serta memiliki kemampuan dalam merencanakan keuangan pribadi. Tingkat literasi yang baik sangat berperan dalam pengambilan keputusan finansial yang cerdas di era globalisasi saat ini.

Digital Financial Product

Digital finance merupakan suatu model bisnis baru yang memanfaatkan kemampuan internet dan teknologi untuk mencapai jangkauan kegiatan keuangan yang lebih luas seperti pembayaran pihak ketiga, *online landing*, *direct sales of fund*, *crowdfunding*, *online insurance*, dan *banking* (Shen dan Hueng, 2018) mengklasifikasikan *financial technology* ke dalam empat kategori.

Penggunaan Internet

Penggunaan internet memiliki dampak signifikan terhadap inklusi keuangan, terutama melalui teknologi keuangan (Fintech). Fintech memungkinkan akses layanan keuangan yang lebih luas, cepat, efisien, dan terjangkau, terutama bagi kelompok yang sebelumnya tidak terlayani oleh sistem perbankan tradisional. Penggunaan internet, terutama melalui Fintech, memiliki dampak positif yang besar terhadap inklusi keuangan. Dengan meningkatkan akses layanan keuangan, Fintech membantu menjangkau kelompok yang sebelumnya tidak terlayani oleh layanan keuangan tradisional dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan adalah sebuah sistem keuangan yang berfungsi untuk melayani, menawarkan produk tabungan, kredit, pembayaran, dan manajemen risiko kepada orang-orang dengan berbagai kebutuhan (Marginingsih, 2021). Sistem keuangan yang inklusif memungkinkan akses luas ke layanan keuangan bagi seluruh lapisan masyarakat. Tanpa sistem keuangan inklusif, masyarakat berpenghasilan rendah harus bergantung pada tabungan mereka sendiri yang terbatas dan tidak dapat menikmati manfaat dari produk-produk keuangan.

Wirausahawan dan pelaku usaha kecil harus bergantung pada pendapatan mereka yang terbatas untuk mendapatkan peluang pertumbuhan dan peningkatan hasil usahanya. Hal ini dapat berdampak pada kesenjangan pendapatan yang terus-menerus dan pertumbuhan ekonomi yang melambat. Inklusi keuangan menurut (Salwa dan Nasution, 2022) inklusi keuangan merupakan sebuah proses yang



menjamin kemudahan dalam akses, ketersediaan, dan manfaat dari sistem keuangan formal bagi seluruh pelaku ekonomi.

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian menjelaskan bagaimana penelitian ini dilaksanakan secara sistematis. Penelitian ini dilakukan di Kota Palembang dengan objek penelitian pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menggunakan layanan keuangan digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang bersifat terstruktur dan dirancang sejak awal hingga akhir proses untuk mengukur variabel secara objektif dan empiris melalui data numerik dan analisis statistik. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya dan berlandaskan pada paradigma positivisme, yang menyatakan bahwa realitas sosial dapat diukur secara ilmiah dan sistematis.

Penelitian ini juga tergolong dalam jenis penelitian deskriptif dengan desain cross-sectional, yaitu pengumpulan data dilakukan satu kali dalam periode tertentu untuk menggambarkan atau menganalisis hubungan antar variabel pada satu titik waktu. Pendekatan ini dinilai tepat karena mampu memberikan gambaran secara representatif dan efisien terhadap kondisi pelaku UMKM di Kota Palembang.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palembang, dengan jumlah populasi sebanyak 400 unit usaha. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang menggunakan financial technology dalam transaksi bisnis, memiliki modal atau aset usaha sebesar Rp50 juta hingga Rp500 juta, serta merupakan pelaku UMKM dengan usia usaha kurang dari atau sama dengan satu tahun.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel yang diteliti, yaitu literasi keuangan, penggunaan produk keuangan digital, penggunaan internet, dan inklusi keuangan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis statistik untuk menguji pengaruh antar variabel, yang dalam hal ini meliputi uji signifikansi dan uji model struktural menggunakan pendekatan kuantitatif.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data dengan SEM-PLS

Penelitian ini menggunakan analisis SEM-PLS dengan bantuan SmartPLS 4 untuk membangun model dan menguji hipotesis. Analisis dilakukan melalui dua tahap: outer model untuk menguji validitas dan reliabilitas, serta inner model untuk menguji hubungan antar konstruk. Model Pengukuran (*Outer Model*) Evaluasi model pengukuran/ *Outer Model* di dalam PLS-SEM dilakukan dengan meliputi *Covergen Validity*, *Discriminat Validity*, dan *Composite Reliability*.

Convergent Validity

Pengukuran *Convergen Validity* dari *outer model* ditunjukkan oleh hasil kalkulasi *PLS Algorithm* berupa nilai *outer loading* dari tiap variabel. Indikator dinyatakan valid konvergen jika nilai *outer loading* $\geq 0,7$ (Hair *et al*, 2021). Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut:

Tabel Hasil Pengujian *Convergen Validity*

	Inklusi Keuangan	Literasi Keuangan	Penggunaan Digital Financial Product	Penggunaan Internet
DF-1			0,832	
DF-2			0,759	
DF-3			0,732	
DF-4			0,792	
IK-1	0,797			
IK-2	0,866			
IK-3	0,769			
LK1		0,859		
LK2		0,908		
LK3		0,883		
LK4		0,842		
LK5		0,880		
LK6		0,907		
LK7		0,928		
PI-1				0,754
PI-2				0,754
PI-3				0,830
PI-4				0,798
PI-5				0,823

Sumber : Hasil Pengolahan, 2025

Berdasarkan tabel outer loading, variabel Literasi Keuangan (LK), Digital Financial Product (DF), Penggunaan Internet (PI), dan Inklusi Keuangan (IK) memiliki nilai di atas 0,7, yang menunjukkan bahwa seluruh indikator memenuhi syarat *convergent validity*. Hal ini berarti indikator-indikator tersebut mampu merepresentasikan konstruk yang diukur. Convergent validity juga ditunjukkan melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang harus lebih dari 0,5 (Hair Jr et al., 2021). Nilai AVE yang memenuhi syarat menandakan validitas konstruk yang baik. Berikut tabel nilai AVE:

Tabel Hasil Uji AVE

	Average variance extracted (AVE)
Literasi Keuangan	0,791
Penggunaan Digital Financial Product	0,608
Penggunaan Internet	0,628
Inklusi Keuangan	0,659

Sumber : Hasil Pengolahan, 2025

Berdasarkan tabel, semua variabel Literasi Keuangan (LK), Digital Financial Product (DF), Penggunaan Internet (PI), dan Inklusi Keuangan (IK) memiliki nilai AVE > 0,5, yang menunjukkan bahwa lebih dari 50% varians indikator dijelaskan oleh konstruk. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki validitas konstruk yang baik dan memenuhi syarat *convergent validity*.



Discriminant Validity

Tahap untuk memastikan bahwa indikator hanya berkaitan dengan variabel yang diukurnya disebut uji discriminant validity. Uji ini dapat dilakukan dengan melihat nilai cross loading, Fornell-Larcker criterion, dan HTMT (Hair, 2019). Metode pertama, yaitu cross loading, menyatakan bahwa nilai indikator harus lebih tinggi pada variabel yang diukurnya dibandingkan dengan variabel lain pada baris yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut spesifik dan tidak tumpang tindih dengan konstruk lain.

Tabel Hasil Uji Cross Loading

	Penggunaan Digital Financial Product	Inklusi Keuangan	Literasi Keuangan	Penggunaan Internet
DF-1	0,832	0,628	0,505	0,658
DF-2	0,759	0,531	0,541	0,527
DF-3	0,732	0,534	0,431	0,594
DF-4	0,792	0,615	0,576	0,673
IK-1	0,600	0,797	0,572	0,564
IK-2	0,698	0,866	0,603	0,698
IK-3	0,488	0,769	0,492	0,520
LK1	0,694	0,607	0,859	0,514
LK2	0,626	0,616	0,908	0,614
LK3	0,625	0,667	0,883	0,697
LK4	0,623	0,572	0,842	0,625
LK5	0,612	0,632	0,880	0,479
LK6	0,595	0,565	0,907	0,613
LK7	0,690	0,602	0,928	0,677
PI-1	0,618	0,608	0,561	0,754
PI-2	0,519	0,513	0,533	0,754
PI-3	0,528	0,575	0,645	0,830
PI-4	0,661	0,588	0,596	0,798
PI-5	0,628	0,639	0,576	0,823

Sumber : Hasil Pengolahan, 2025

Berdasarkan tabel *cross loading*, seluruh indikator untuk variabel Literasi Keuangan (LK), *Digital Financial Product* (DF), Penggunaan Internet (PI), dan Inklusi Keuangan (IK) memiliki nilai tertinggi pada konstraknya masing-masing dibandingkan konstruk lain. Ini menunjukkan bahwa setiap indikator lebih kuat terkait dengan variabelnya sendiri, sehingga memenuhi syarat *discriminant validity*.

Uji selanjutnya adalah *Fornell-Larcker Criterion*, di mana nilai AVE suatu konstruk harus lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk lain di kolom yang sama (Hair Jr et al., 2021). Berikut hasilnya:

Tabel Kriteria Fornell-Larcker

	Inklusi Keuangan	Literasi Keuangan	Penggunaan Digital Financial Product	Penggunaan Internet
Inklusi Keuangan	0,862			
Literasi Keuangan	0,688	0,845		
Penggunaan Digital Financial Product	0,643	0,634	0,820	
Penggunaan Internet	0,539	0,636	0,626	0,806

Sumber : Hasil Pengolahan, 2025

Berdasarkan tabel *Fornell-Larcker* Criterion, semua variabel Literasi Keuangan (LK), *Digital Financial Product* (DF), Penggunaan Internet (PI), dan Inklusi Keuangan (IK) memiliki nilai diagonal yang lebih tinggi dibandingkan korelasi antar variabel lainnya di kolom yang sama. Ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel memenuhi syarat discriminant validity.

Fornell-Larcker Criterion membandingkan akar kuadrat AVE suatu konstruk dengan korelasi antar konstruk. Jika nilai AVE lebih tinggi, maka konstruk tersebut dianggap memiliki validitas diskriminan yang baik. Selanjutnya, uji discriminant validity juga dilihat dari nilai HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio*), yang harus $< 0,90$ agar dianggap valid (Hair, 2019). Berikut hasil HTMT yang diperoleh:

Tabel Hasil Pengujian HTMT

	Inklusi Keuangan	Literasi Keuangan	Penggunaan Digital Financial Product	Penggunaan Internet
Inklusi Keuangan				
Literasi Keuangan	0,808			
Penggunaan Digital Financial Product	0,758	0,828		
Penggunaan Internet	0,619	0,810	0,795	

Sumber : Hasil Pengolahan, 2025

Berdasarkan tabel, seluruh variabel Literasi Keuangan (LK), *Digital Financial Product* (DF), Penggunaan Internet (PI), dan Inklusi Keuangan (IK) memiliki nilai HTMT $< 0,9$, yang berarti telah memenuhi kriteria *discriminant validity*. HTMT mengukur validitas diskriminan dengan membandingkan korelasi antar konstruk berbeda (heterotrait) dan dalam konstruk yang sama (monotrait). Nilai di bawah 0,9 menunjukkan bahwa masing-masing variabel mengukur konsep yang berbeda secara jelas.

Composite Reliability

Nilai composite reliability dapat diterima apabila nilai cronbach alpha dan nilai composite reliability $> 0,7$ sehingga dikatakan memiliki nilai reliabilitas yang baik dan tinggi (Hair Jr et al., 2021). Berikut adalah hasilnya:

Tabel Hasil Pengujian Composite Reliability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
Literasi Keuangan	0,962	0,963	0,968
Penggunaan Digital Financial Product	0,785	0,797	0,861
Penggunaan Internet	0,852	0,854	0,894
Inklusi Keuangan	0,742	0,759	0,852

Sumber : Hasil Pengolahan, 2025

Berdasarkan tabel, seluruh variabel Literasi Keuangan (LK), *Digital Financial Product* (DF), Penggunaan Internet (PI), dan Inklusi Keuangan (IK) memiliki nilai Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability* di atas 0,7, yang menandakan bahwa instrumen penelitian memiliki reliabilitas tinggi. Cronbach's Alpha mengukur konsistensi internal, yaitu sejauh mana indikator dalam satu variabel saling berkorelasi. Nilai di atas 0,7 menunjukkan bahwa indikator secara konsisten mengukur konstruk yang sama, sehingga instrumen dianggap andal dan stabil.



Model Struktural (Inner Model)

Model struktural (Inner Model) menggambarkan hubungan kausal antar variabel laten berdasarkan teori. Pengujiannya dalam PLS-SEM menggunakan prosedur bootstrapping dan blindfolding untuk menilai hubungan konstruk laten. Evaluasi dilakukan melalui nilai R-Square, Q-Square, Goodness of Fit (GoF), dan uji hipotesis.

R Square

Nilai R Square digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen (Hair Jr et al., 2021). Berikut adalah tabel nilai R Square:

Tabel Hasil Uji R-Square

	R-square	R-square adjusted
Inklusi Keuangan	0,622	0,616
Penggunaan Digital Financial Product	0,538	0,536
Penggunaan Internet	0,542	0,539

Sumber : Hasil Pengolahan, 2025

Berdasarkan hasil analisis R-square, variabel-variabel independen dalam model memberikan kontribusi signifikan terhadap variabel dependen. Inklusi Keuangan memiliki nilai R-square tertinggi sebesar 0,622 (adjusted 0,616), yang berarti 62,2% variabilitasnya dijelaskan oleh model. Penggunaan Digital Financial Product memiliki R-square 0,538 (adjusted 0,536), dan Penggunaan Internet sebesar 0,542 (adjusted 0,539). Secara keseluruhan, model mampu menjelaskan sebagian besar variabilitas variabel dependen, dengan inklusi keuangan sebagai yang paling dominan.

Q Square

Q-Square digunakan untuk menilai seberapa baik model dan estimasi parameternya dalam memprediksi nilai observasi. Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan model memiliki predictive relevance, sedangkan $Q^2 < 0$ berarti sebaliknya. Rentang Q^2 antara 0 hingga 1, dan semakin mendekati 1 menunjukkan kualitas prediksi model yang semakin baik (Hair Jr et al., 2021).

Tabel Hasil Uji Q-Square

	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Inklusi Keuangan	0,398
Penggunaan Digital Financial Product	0,317
Penggunaan Internet	0,335

Sumber : Hasil Pengolahan, 2025

Hasil analisis Q^2 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang baik. Inklusi Keuangan memiliki nilai Q^2 tertinggi sebesar 0,398, diikuti oleh Penggunaan Internet (0,335) dan Penggunaan Digital Financial Product (0,317). Nilai-nilai ini mengindikasikan predictive relevance yang moderat, dengan kontribusi terbesar pada variabel inklusi keuangan.

F Square

F-Square digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh relatif variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai F^2 sebesar 0,02 menunjukkan pengaruh kecil, 0,15 menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,35 menunjukkan

pengaruh besar (Hair Jr et al., 2021). Berikut ini adalah nilai F-square untuk masing-masing variabel dalam penelitian:

Tabel Hasil Uji F-Square

	Inklusi Keuangan	Literasi Keuangan	Penggunaan Digital Financial Product	Penggunaan Internet
Inklusi Keuangan				
Literasi Keuangan	0,054		1,166	1,182
Penggunaan Digital Financial Product	0,080			
Penggunaan Internet	0,069			

Sumber : Hasil Pengolahan, 2025

Hasil analisis menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh besar terhadap Penggunaan Digital Financial Product (1,166) dan Penggunaan Internet (1,182), melebihi ambang efek besar. Namun, pengaruhnya terhadap Inklusi Keuangan tergolong kecil (0,054). Penggunaan Digital Financial Product (0,080) dan Penggunaan Internet (0,069) juga hanya memberikan efek kecil terhadap Inklusi Keuangan. Temuan ini menegaskan dominasi Literasi Keuangan dalam memengaruhi penggunaan produk keuangan digital dan internet, sementara pengaruh variabel lain terhadap Inklusi Keuangan relatif rendah.

Uji Kecocokan/ Goodness of Fit Index (GoF)

Uji Goodness of Fit (GoF) digunakan untuk menilai kecocokan model secara keseluruhan. Nilai GoF 0,10 termasuk kecil, 0,25 sedang, dan 0,36 besar (Henseler et al., 2015). Berdasarkan perhitungan dengan rata-rata AVE sebesar 0,671 dan R Square sebesar 0,567, diperoleh nilai GoF sebesar 0,616, yang termasuk kategori besar. Ini menunjukkan bahwa model memiliki kecocokan yang sangat baik dan valid untuk menguji hipotesis serta menganalisis hubungan antar variabel.

Analisis VIF

Variance Inflation Factor (VIF) digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas antar variabel independen. Multikolinearitas dapat menyebabkan estimasi parameter menjadi tidak stabil dan mengurangi akurasi analisis (Hair, 2018). Nilai $VIF \leq 5$ menunjukkan tidak ada multikolinearitas serius, sedangkan $VIF > 5$ mengindikasikan korelasi tinggi antarvariabel yang perlu diatasi (Sarstedt et al., 2021).

Tabel Hasil Analisis VIF

	VIF
DF-1	1,684
DF-2	1,498
DF-3	1,461
DF-4	1,567
IK-1	1,426
IK-2	1,627
IK-3	1,446
LK1	3,674
LK2	1,917
LK3	3,923



	VIF
LK4	3,105
LK5	3,736
LK6	2,026
LK7	1,647
PI-1	1,584
PI-2	1,653
PI-3	2,041
PI-4	1,836
PI-5	1,990

Sumber : Hasil Pengolahan, 2025

Hasil analisis Variance Inflation Factor (VIF) menunjukkan bahwa semua variabel dalam model yakni Literasi Keuangan (LK), Penggunaan *Digital Financial Product* (DF), Penggunaan Internet (PI), Inklusi Keuangan (IK), memiliki nilai VIF di bawah ambang batas kritis 5, yang menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas yang signifikan antar variabel independen. Dengan nilai VIF yang relatif rendah, model ini menunjukkan bahwa hubungan antar variabel independen tidak mengganggu stabilitas estimasi parameter, sehingga model ini dapat diterima untuk analisis lebih lanjut.

Model Fit

Model fit dalam SmartPLS digunakan untuk menilai sejauh mana model sesuai dengan data yang diobservasi. Indeks yang umum digunakan adalah SRMR dan NFI. $SRMR \leq 0,08$ menunjukkan kecocokan model yang baik, sedangkan $NFI \geq 0,90$ menunjukkan kecocokan yang memadai (Henseler et al., 2016). Penggunaan kedua indeks ini memberikan gambaran menyeluruh tentang validitas dan reliabilitas model dalam mengukur serta menjelaskan hubungan antar variabel.

Tabel Hasil Uji Model Fit

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0,067	0,062
NFI	0,969	0,951

Sumber : Hasil Pengolahan, 2025

Hasil analisis model fit menunjukkan kecocokan yang baik antara model dan data. Nilai SRMR estimated model sebesar 0,062 dan saturated model 0,067, keduanya di bawah ambang batas 0,08. Untuk NFI, saturated model mencapai 0,969 dan estimated model 0,951, keduanya melebihi batas minimum 0,90. Secara keseluruhan, kedua model memiliki kecocokan yang baik, dengan saturated model unggul pada NFI dan estimated model lebih baik pada SRMR.

Hipotesis

Syarat suatu hipotesis dapat diterima apabila memiliki nilai t Statistic $> 1,96$ dan nilai p Values $< 0,05$ apabila sebaliknya maka hipotesis ditolak (Hair Jr et al., 2021). Berikut adalah hasil pengujian hipotesis.

Tabel Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Literasi Keuangan -> Inklusi Keuangan	0,224	0,220	0,065	3,436	0,001
Literasi Keuangan -> Penggunaan Digital Financial Product	0,734	0,735	0,042	17,616	0,000
Literasi Keuangan -> Penggunaan Internet	0,736	0,738	0,038	19,527	0,000
Penggunaan Digital Financial Product -> Inklusi Keuangan	0,327	0,330	0,090	3,641	0,000
Penggunaan Internet -> Inklusi Keuangan	0,304	0,307	0,089	0,342	0,001

Sumber : Hasil Pengolahan, 2025

Pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Inklusi Keuangan ($T = 3,436 > 1,96$; $P = 0,001 < 0,05$) dengan nilai Original Sample 0,224, sehingga hipotesis diterima. Hipotesis kedua juga diterima, menunjukkan pengaruh positif kuat Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Digital Financial Product ($T = 17,616$; $P = 0,000$) dengan nilai Original Sample 0,734. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Penggunaan Internet ($T = 19,527$; $P = 0,000$) dengan Original Sample 0,736, sehingga hipotesis diterima. Hipotesis keempat diterima, menunjukkan bahwa Penggunaan Digital Financial Product berpengaruh positif terhadap Inklusi Keuangan ($T = 3,641$; $P = 0,000$) dengan Original Sample 0,327. Hipotesis kelima ditolak, meskipun $P = 0,001 < 0,05$, karena nilai $T = 0,342 < 1,96$. Nilai Original Sample 0,304 menunjukkan bahwa Penggunaan Internet tidak berpengaruh signifikan terhadap Inklusi Keuangan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan digital financial product berpengaruh signifikan terhadap inklusi keuangan. Literasi keuangan memiliki pengaruh positif dengan nilai original sample sebesar 0,224, t-statistic 3,436 ($> 1,96$), dan p-value 0,001 ($< 0,05$). Begitu pula dengan penggunaan produk keuangan digital yang menunjukkan pengaruh positif signifikan dengan nilai original sample 0,327, t-statistic 3,641 ($> 1,96$), dan p-value 0,000 ($< 0,05$). Sebaliknya, penggunaan internet tidak berpengaruh signifikan terhadap inklusi keuangan, meskipun nilai original sample sebesar 0,304, t-statistic hanya 0,342 ($< 1,96$), meskipun p-value 0,001, yang secara logika statistik perlu peninjauan ulang. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar literasi keuangan terus ditingkatkan melalui penyediaan informasi yang terbuka dan edukatif kepada pelaku UMKM dan masyarakat. Selain itu, inovasi dalam pengembangan produk keuangan digital harus didorong agar semakin memudahkan transaksi di era digital. Pemerintah dan lembaga terkait juga perlu memperluas dan mempermudah akses layanan internet, guna meningkatkan pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM dan masyarakat dalam kegiatan transaksi keuangan, sehingga dapat mendorong peningkatan inklusi keuangan secara optimal.



DAFTAR PUSTAKA

- Kwabena, G.-Y., Qiang, M., Wenyuan, L., Ali Qalati, S., & Erusalkina, D. (2019). EPRA International Journal of Economic and Business Review Effects of The Digital Payment System on SMES Performance in Developing Countries; A Case of Ghana. *EPRA International Journal OfEconomic and Business Review-Peer Reviewed Journal*, 7(12), 79–87. <https://doi.org/10.36713/epra2012>
- Organization for Economics Cooperation Development (2016), Measuring Financial Literacy: Questionnaire and Guidance Notes for Conducting an Internationally Comparable Survey of Financial Literacy. INFE.
- OJK. (2016). POJK Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau masyarakat. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungankonsumen/regulasi/peraturan-ojk/Pages/POJK-tentang-Peningkatan-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-di-Sektor-Jasa-Kuangan-Bagi-Konsumen-dan-ataumasyarakat.aspx>
- OJK. (2021). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025. *Ojk.Go.Id*, 1–130. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-2021-2025.aspx>
- Salsabilla, P. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91–110. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>
- Shen, Y., Hu, W., & Hueng, C. J. (2018). The effects of financial literacy, digital financial product usage and internet usage on financial inclusion in China. *MATEC Web of Conferences*, 220-228. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201822805012>
- Tiffani, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *Mbia*, 22(1), 152–167. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2039>
- Wahid, Winarto. (2020). Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61–73.