

Pengaruh Digitalisasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Pelaku Usaha Pada UMKM Kecamatan Tuhemberua Kabupaten Nias Utara

Sadarman Zega¹, Idarni Harefa², Nanny Artatina Buulolo³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Aug 20, 2025

Revised Sep 01, 2025

Accepted Sep 10, 2025

Keywords:

Digitalisasi Keuangan
Perilaku Keuangan

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh digitalisasi keuangan terhadap perilaku keuangan pelaku usaha pada UMKM di Kecamatan Tuhemberua, Kabupaten Nias Utara. Digitalisasi keuangan, yang mencakup penggunaan teknologi digital dalam transaksi, pencatatan keuangan, dan akses terhadap layanan keuangan, diyakini dapat mengubah cara pelaku UMKM dalam mengelola keuangan usahanya secara lebih efisien, transparan, dan terencana. Melalui pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear, diperoleh hasil bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,765. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi keuangan mampu menjelaskan variasi perilaku keuangan pelaku UMKM sebesar 76,5% setelah disesuaikan dengan jumlah sampel dan variabel yang digunakan. Sisanya sebesar 23,5% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti pengalaman usaha, tingkat pendidikan keuangan, atau kondisi pasar. Hasil ini mengindikasikan bahwa digitalisasi keuangan memiliki pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap perilaku keuangan pelaku UMKM, sehingga penerapan teknologi digital dalam pengelolaan keuangan dapat menjadi salah satu strategi utama dalam mendorong keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di daerah. Temuan ini memberikan dasar penting bagi pengambil kebijakan dan pelaku usaha untuk lebih mendorong adopsi teknologi digital dalam sistem keuangan UMKM.

This is an open access article under the [CC BY-NC](#) license.



Corresponding Author:

Sadarman Zega

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias

Jln. Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli. Kota Gunungsitoli

Email: sadardeta@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Di era digitalisasi yang semakin maju dan kompetitif saat ini, perubahan besar terjadi hampir di semua sektor kehidupan, termasuk dalam bidang keuangan. Transformasi digital telah mengubah cara individu maupun pelaku usaha mengakses, mengelola, dan memanfaatkan layanan keuangan. Teknologi digital seperti aplikasi mobile banking, dompet digital, hingga platform pembayaran berbasis internet kini semakin mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat. Kondisi ini membawa dampak besar terhadap kebiasaan dan perilaku keuangan masyarakat, termasuk pelaku usaha kecil dan menengah. Persaingan bisnis yang semakin ketat mendorong pelaku usaha untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi Zaki et al (2024). Digitalisasi menjadi salah satu faktor penting yang dapat menentukan keberhasilan usaha, termasuk dalam pengelolaan keuangan. Dengan adanya digitalisasi, pelaku usaha tidak lagi bergantung sepenuhnya pada cara-cara manual seperti pencatatan keuangan secara konvensional. Kini, berbagai layanan keuangan digital mampu

memberikan kemudahan dalam pencatatan transaksi, pengelolaan kas, dan bahkan akses terhadap pinjaman usaha (Andriani & Aminah, 2024).

Digitalisasi keuangan juga mempercepat arus informasi dan menciptakan transparansi yang lebih tinggi dalam aktivitas bisnis. Teknologi keuangan atau financial technology (fintech) tidak hanya menjadi alat bantu transaksi, tetapi juga menjadi media edukasi keuangan. Pelaku usaha dapat dengan mudah memperoleh informasi mengenai manajemen keuangan, investasi, dan strategi pengembangan bisnis melalui platform digital Hamzah & Citra (2021)

Menurut Arner et al (2020), digitalisasi keuangan adalah proses penggunaan teknologi digital dalam penyediaan layanan keuangan yang mencakup pembayaran digital, pinjaman online, tabungan elektronik, dan sistem keuangan lainnya. Digitalisasi ini bertujuan untuk meningkatkan inklusi keuangan, mempercepat layanan, dan mengurangi biaya operasional, sehingga masyarakat dan pelaku usaha dapat mengakses layanan keuangan secara lebih luas dan efisien. Sementara itu, menurut Ozili (2022), digitalisasi keuangan mencerminkan pemanfaatan teknologi berbasis data dan internet untuk memberikan solusi keuangan kepada masyarakat dengan akses yang cepat, aman, dan real-time. Teknologi ini dianggap mampu menjangkau kelompok-kelompok yang sebelumnya tidak tersentuh oleh sistem keuangan formal, termasuk pelaku usaha kecil yang berada di daerah terpencil. Dalam kajian perilaku keuangan, Menkhoff & Sek (2021) menjelaskan bahwa perilaku keuangan adalah cara individu atau kelompok dalam mengambil keputusan terkait pengelolaan keuangan, termasuk dalam hal konsumsi, investasi, menabung, dan penggunaan utang. Perilaku ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengalaman pribadi, latar belakang pendidikan, informasi yang diperoleh, serta perkembangan teknologi.

Dalam bidang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), digitalisasi keuangan membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan mengelola usaha secara lebih profesional. Banyak UMKM yang sebelumnya tidak memiliki akses ke lembaga keuangan formal, kini dapat mengakses layanan keuangan digital dengan mudah hanya melalui ponsel. Hal ini memberikan harapan baru bagi pertumbuhan UMKM, terutama di daerah-daerah yang sebelumnya kurang tersentuh layanan keuangan modern. Namun, di sisi lain, tidak semua pelaku UMKM mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal karena keterbatasan literasi dan infrastruktur. Menurut Lusardi & Mitchell (2020), perilaku keuangan juga erat kaitannya dengan literasi keuangan seseorang. Individu atau pelaku usaha dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih berhati-hati dan rasional dalam mengelola keuangan. Dalam konteks digitalisasi, literasi digital juga turut berperan dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat, seperti mampu membedakan antara aplikasi keuangan resmi dan tidak resmi.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menurut Kementerian Koperasi dan UKM yang dikutip oleh Nurlela (2021), adalah usaha yang dijalankan oleh individu atau kelompok kecil dengan jumlah aset dan omzet tertentu sesuai dengan batasan yang ditetapkan pemerintah. UMKM berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan menyebarkan kegiatan ekonomi hingga ke pelosok daerah. Meski skalanya kecil, UMKM sangat dinamis dan memiliki kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional.

Di Kecamatan Tuhemberua, Kabupaten Nias Utara, UMKM tersebar di berbagai sektor seperti perdagangan, makanan dan minuman, pertanian, serta jasa. Sebagian besar pelaku usaha merupakan keluarga atau individu yang menjalankan usaha secara mandiri tanpa keterlibatan institusi besar. Infrastruktur yang masih berkembang dan akses terhadap lembaga keuangan yang terbatas menjadi tantangan utama dalam pengembangan UMKM di wilayah ini. Namun, dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone, potensi digitalisasi keuangan mulai dirasakan oleh beberapa pelaku usaha lokal. Meskipun belum semua UMKM di Kecamatan Tuhemberua mengadopsi teknologi digital dalam pengelolaan keuangan, tren ke arah sana mulai terlihat. Beberapa pelaku usaha mulai menggunakan aplikasi dompet digital untuk transaksi jual beli, mencatat keuangan dengan aplikasi sederhana, bahkan mulai mempertimbangkan akses pinjaman

digital untuk pengembangan usaha. Kondisi ini menunjukkan adanya perubahan perilaku keuangan yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi.

Tabel 1. Data-Data UMKM Kecamatan Tuhemberua Kabupaten Nias Utara

No.	Nama UMKM	Jenis UMKM	Nama Pemilik
1.	UD. TOPAN	Kelontong	Ibu. Topan
2.	UD. SISKI	Distribusi Gas	Erni Mardiaman Zega
3.	UD. FAJAR	Distribusi Minyak Eceran	I. Fajar
4.	UD. RIDWAN	Distribusi Grosir	A.Ridwan
5.	UD. BERKAT	Distribusi Grosir	A.Berkat
6.	UD. FAHUWU	Kelontong Grosir	A.Alfaro
7.	UD. KEISYA	Distribusi Gas	Ibu. Karni
8.	UD. HARAPAN	Eceran Kelontong	A. Harapan
9.	UD. BASTIAN	Eceran Kelontong	A. Bastian
10.	UD. REJEKI	Eceran Kelontong	A. Rejeki
11.	UD. JONI	Distribusi Minyak Eceran	A. Kenangan
12.	UD. RIZAL	Eceran Kelontong	A. Rizal
13.	UD. YOLAN	Eceran Bahan Bangunan	Yolanda Zega
14.	UD. ENDANG	Jual Daging Ayam	A. Endang
15.	UD. SHEENA	Jual Daging Babi	A. Seina
16.	UD. KRIS	Distribusi Parfum	A.Iklas
17.	UD. BOBY	Distribusi Air Galon	Bobbi Halawa
18.	UD. BAROQAH	Fotokopy	Ita Gea
19.	UD. ZULU	Distribusi Grosir Kelontong	Zulu Gea
20.	UD. IKAL	Menjual Suku Cadang Motor	Ika Tanjung
21.	UD. ANDIK MOTOR	Menjual Suku Cadang Mobil	A. Andik
22.	UD. OHAMA	Fotocopi	A.Ohama
23.	UD. DELFI	Menjual Atk	I. Delfi
24.	UD. SERVIS	Menjual Alat Jahit	I. Servis
25.	UD. OZA	Menjual Kelontong	A.Oza
26.	UD. RINA	Distribusi Grosir	A. Rina
27.	UD. LINA	Menjual Bahan Bangunan	A. Lina
28.	UD. IDEL	Distribusi Minyak Eceran	A. Idel
29.	UD. LIDER	Menjual Bahan Bangunan	A.Lider
30.	UD.FIFIL	Menjual Beras	Fifil Zega

Sumber: UMKM Kecamatan Tuhemberua Kabupaten Nias Utara

Berdasarkan observasi awal peneliti, ditemukan beberapa fenomena yang terjadi di kalangan pelaku usaha UMKM di Kecamatan Tuhemberua, Kabupaten Nias Utara terkait dengan digitalisasi keuangan. Banyak pelaku usaha masih mengandalkan pencatatan manual dalam mengelola keuangan usaha, sehingga sering kali mengalami kesulitan dalam memantau arus kas, menghitung keuntungan, serta merencanakan pengeluaran secara efektif. Sebagian sudah mengenal layanan perbankan digital seperti mobile banking dan dompet digital, namun masih enggan beralih sepenuhnya karena keterbatasan pemahaman tentang cara penggunaannya serta kekhawatiran terhadap keamanan transaksi. Selain itu, akses terhadap layanan keuangan berbasis digital masih terbatas, terutama bagi yang beroperasi di daerah dengan infrastruktur internet yang kurang memadai. Faktor lain yang menjadi kendala adalah kebiasaan menggunakan transaksi tunai dalam setiap aktivitas bisnis, sehingga adopsi sistem pembayaran digital masih rendah. Kondisi ini menyebabkan potensi manfaat digitalisasi keuangan, seperti efisiensi transaksi, kemudahan akses pinjaman online, dan pencatatan keuangan yang lebih terstruktur, belum sepenuhnya dirasakan oleh pelaku usaha.

Jika fenomena ini terus berlangsung tanpa adanya upaya peningkatan literasi keuangan digital, maka peluang UMKM untuk berkembang secara lebih modern dan efisien akan semakin terhambat. Perubahan perilaku keuangan pelaku usaha sebagai akibat dari digitalisasi menjadi hal yang penting untuk diteliti, terutama dalam konteks lokal seperti di wilayah pedesaan atau daerah tertinggal. Pemahaman terhadap bagaimana digitalisasi memengaruhi cara pelaku usaha mengelola keuangan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai efektivitas teknologi dalam mendukung pembangunan ekonomi lokal. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan perhatian pada keterkaitan antara digitalisasi keuangan dan perilaku keuangan pelaku UMKM di Kecamatan Tuhemberua, Kabupaten Nias Utara, sebagai salah satu upaya mengidentifikasi potensi dan tantangan yang dihadapi dalam era digital saat ini.

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Soekanto (2020), pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang mengkaji fenomena secara sistematis dengan cara menghimpun data yang dapat diukur secara numerik, kemudian dianalisis menggunakan perangkat statistik, matematika, atau metode komputasi. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah mengembangkan dan menguji hipotesis yang berkaitan dengan gejala-gejala alamiah atau sosial. Pemilihan metode kuantitatif dalam penelitian ini didasarkan pada kemampuannya untuk mengukur fenomena secara objektif dan terstruktur. Melalui pengumpulan data berupa angka-angka yang dapat diolah secara statistik, penelitian ini memperoleh hasil yang lebih terukur, dapat diuji secara ilmiah, dan mudah untuk dibandingkan. Pendekatan kuantitatif juga mendukung pengujian hipotesis yang dirumuskan secara eksplisit dan sistematis, sehingga hasilnya memiliki tingkat kepercayaan dan validitas eksternal yang tinggi.

Variabel dan Indikator Penelitian

Berdasarkan pemikiran Suryabrata (2019), variabel dalam penelitian ini adalah segala hal yang diamati atau dijadikan fokus penelitian. Penelitian ini menggunakan dua variabel utama yaitu variabel independen (X) digitalisasi keuangan dan variabel dependen (Y) perilaku keuangan. Hubungan antara kedua variabel ini menggambarkan arah pengaruh dari proses digitalisasi terhadap perilaku keuangan pelaku UMKM. Variabel digitalisasi keuangan (X) diukur menggunakan lima indikator berdasarkan konsep Santoso (2021), meliputi akses terhadap layanan keuangan digital, frekuensi penggunaan layanan keuangan digital, tingkat literasi keuangan digital, pemanfaatan aplikasi pencatatan keuangan digital, serta kenyamanan dan kepercayaan dalam menggunakan layanan digital. Sedangkan variabel perilaku keuangan (Y) diukur menggunakan enam indikator berdasarkan konsep Nababan & Sadalia (2020), yang mencakup perencanaan keuangan, pengelolaan keuangan, kebiasaan menabung dan berinvestasi, perilaku berhutang, evaluasi dan pengawasan keuangan, serta ketersediaan infrastruktur pendukung.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Tuhemberua, Kabupaten Nias Utara, Sumatera Utara. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kondisi UMKM di daerah tersebut yang sedang mengalami transisi dalam adopsi teknologi digital, khususnya dalam pengelolaan keuangan. Kecamatan Tuhemberua dipilih karena merepresentasikan karakteristik UMKM di daerah dengan infrastruktur teknologi yang masih berkembang, sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pengaruh digitalisasi keuangan terhadap perilaku keuangan pelaku usaha di daerah dengan kondisi serupa.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Kecamatan Tuhemberua, Kabupaten Nias Utara yang berjumlah 30 unit usaha. Mengacu pada pandangan Arikunto (2019), apabila jumlah populasi kurang dari 100 orang, maka keseluruhan populasi dapat dijadikan sebagai sampel penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh dengan menetapkan

seluruh 30 pelaku UMKM sebagai responden penelitian. Penggunaan teknik sampling jenuh ini dipilih karena memberikan representasi yang sempurna dari populasi yang relatif kecil, sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi sebenarnya di lapangan. Seluruh responden merupakan pemilik atau pengelola UMKM yang tersebar di berbagai sektor usaha seperti perdagangan, distribusi, dan jasa di Kecamatan Tuhemberua.

Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari masing-masing variabel penelitian. Mengacu pada Arikunto (2019), instrumen penelitian merupakan sarana yang digunakan dalam kegiatan pengumpulan data agar proses tersebut menjadi lebih mudah, hasilnya lebih akurat, lengkap, dan dapat dipercaya. Kuesioner penelitian ini terdiri dari 22 item pernyataan yang terbagi menjadi 10 item untuk variabel digitalisasi keuangan dan 12 item untuk variabel perilaku keuangan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert dengan lima alternatif jawaban yaitu sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), dan sangat tidak setuju (skor 1). Menurut Riduwan (2020), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Penggunaan skala ini memungkinkan responden memberikan respon terhadap pernyataan dengan memberikan salah satu jawaban dari lima alternatif jawaban pada masing-masing pernyataan.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga metode utama. Pertama, observasi langsung yang dilakukan dengan mengamati kondisi di lapangan pada lokasi UMKM di Kecamatan Tuhemberua, Kabupaten Nias Utara. Menurut Sugiyono (2020), observasi memiliki karakteristik unik karena memungkinkan peneliti untuk mengamati langsung objek, baik manusia maupun fenomena alam. Kedua, penyebaran kuesioner yang merupakan alat pengumpulan data utama dalam penelitian ini. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2020), kuesioner adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Ketiga, dokumentasi yang digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil observasi dan kuesioner. Mengacu pada Sugiyono (2020), dokumentasi merupakan metode untuk memperoleh informasi melalui sumber tertulis, seperti buku, arsip, laporan, foto, maupun dokumen visual lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian. Kombinasi ketiga metode ini diharapkan dapat memberikan data yang komprehensif dan akurat untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana dengan bantuan software SPSS versi 26. Sebelum melakukan analisis utama, dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen untuk memastikan kualitas data yang dikumpulkan. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, sedangkan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan batas minimum 0,60 untuk menunjukkan konsistensi internal instrumen. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan model regresi memenuhi syarat analisis parametrik. Uji normalitas dilakukan menggunakan normal probability plot untuk mengetahui distribusi residual, uji multikolinearitas menggunakan nilai VIF dan tolerance, sedangkan uji heteroskedastisitas menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman. Untuk pengujian hipotesis, dilakukan analisis regresi linear sederhana dengan persamaan $Y = a + bX + e$, dimana Y adalah perilaku keuangan, X adalah digitalisasi keuangan, a adalah konstanta, dan b adalah koefisien regresi. Selain itu, dilakukan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen, dan uji t untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 5%.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Data

Menurut Sugiyono (2020), uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subjek penelitian. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner yang diperoleh oleh peneliti dari responden, uji validitas yang akan digunakan oleh peneliti yaitu dengan menggunakan bantuan SPSS, SPSS merupakan salah satu aplikasi untuk menganalisis data statistik. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, dan melibatkan 30 responden di luar sampel penelitian. Dalam rangka mengukur validitas, nilai Korelasi Item-Total Koreksi dibandingkan dengan nilai r_{tabel} yang sebesar 0,361. Nilai perbandingan ini digunakan untuk memeriksa apakah nilai perhitungan (r_{hitung}) dari *Corrected Item- Total Corelation* lebih besar dari nilai r_{tabel} (0,361). Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,361, maka pertanyaan-pertanyaan pada angket dianggap valid.

Pengujian instrumen penelitian bertujuan untuk mengukur tingkat validitas dan reliabilitas dari angket sebelum dilakukan pengumpulan data. Hasil uji validitas variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Uji Validitas Digitalisasi Keuangan (Variabel X)

Untuk menghitung validitas variabel Digitalisasi Keuangan, peneliti mempersiapkan hasil item angket dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Validitas Variabel Digitalisasi Keuangan

No Item Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
1	0,361	0,954	Valid
2	0,361	0,910	Valid
3	0,361	0,903	Valid
4	0,361	0,927	Valid
5	0,361	0,959	Valid
6	0,361	0,923	Valid
7	0,361	0,941	Valid
8	0,361	0,868	Valid
9	0,361	0,950	Valid
10	0,361	0,947	Valid

Sumber: diolah dari data primer melalui spss satatistic26, 2024

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam kuisisioner untuk variabel Digitalisasi Keuangan dinyatakan valid, karena dari semua item pertanyaan mempunyai nilai *Pearson Correlation*(r_{hitung}) lebih besar dari r_{tabel} (0,361).

Uji Validitas Perilaku Keuangan (Variabel Y)

Untuk menghitung validitas variabel Perilaku Keuangan, peneliti mempersiapkan hasil item angket dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Validitas Variabel Perilaku Keuangan

No Item Pertanyaan	r Tabel	r hitung	Keterangan
1	0,361	0,848	Valid
2	0,361	0,868	Valid
3	0,361	0,812	Valid
4	0,361	0,910	Valid
5	0,361	0,808	Valid
6	0,361	0,861	Valid
7	0,361	0,781	Valid
8	0,361	0,812	Valid
9	0,361	0,781	Valid

No Item Pertanyaan	r Tabel	r hitung	Keterangan
10	0,361	0,421	Valid
11	0,361	0,829	Valid
12	0,361	0,900	Valid

Sumber: diolah dari data primer melalui spss satatistic26, 2024

Berdasarkan Tabel 4.5, diketahui bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam kuisisioner untuk variabel Promosi dinyatakan valid, karena dari semua item pertanyaan mempunyai nilai *Pearson Correlation*(r_{hitung}) lebih besar dari r_{tabel} (0,361).

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2020), uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid, suatu variabel dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan, untuk melihat ketepatan atau kejelasan angket. Tinggi rendahnya reliabilitas dinyatakan dengan nilai yang disebut koefisien reliabilitas, yang berkisaran antara 0-1. Dalam penelitian ini peneliti menguji reliabilitas dengan model *cronbach's alpha*, dimana peneliti menggunakan bantuan proram SPSS version 26. Hasil pengujian reliabilitas instrumen termuat dalam Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 4. Perhitungan ReliabilitaVariabel Perhitungan Reliabilitas tiap Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item
Brand Awareness	0,981	10
Promosi	0,955	12

Sumber: diolah dari data primer melalui spss satatistic26, 2025

Hasil pengujian reliabilitas terhadap instrumen menghasilkan angka *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,7 yaitu sebesar 0,981 untuk variabel Digitalisasi Keuangan, 0, 955 untuk variabel Perilaku Keuangan. Reliabilitas angket pada ketiga variabel ini dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Corbach alpha* > 0,7. Dengan merujuk pada informasi di atas, dapat dinyatakan bahwa pernyataan-pernyataan dalam angket penelitian ini memiliki reliabilitas yang cukup dan layak digunakan dalam konteks penelitian ini.

Uji Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2020), analisis korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel. Jenis hubungan yang dapat bersifat positif (nilai variabel independen dan dependen sama-sama tinggi) atau negatif (satu meningkat, yang lain menurun).

Menurut Siahaan (2023), interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

1. 0,00–0,199: sangat lemah
2. 0,20–0,399: lemah
3. 0,40–0,599: cukup
4. 0,60–0,799: kuat
5. 0,80–1,00: sangat kuat

Tabel 5. Uji Koefisien Korelasi

Variabel	Digitalisasi Keuangan	Perilaku Keuangan
Digitalisasi Keuangan	1	0,879**
Perilaku Keuangan	0,879**	1
Sig. (2-tailed)		0,000

Variabel	Digitalisasi Keuangan	Perilaku Keuangan
N	35	35

Sumber: diolah dari data primer melalui SPSS Statistic 26, 2025

Berdasarkan hasil di atas, koefisien korelasi sebesar 0,879 masuk pada rentang 0,80–1,00 yang berarti hubungan antara Digitalisasi Keuangan dan Perilaku Keuangan sangat kuat.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas bertujuan menguji apakah variabel independen dan dependen dalam model regresi berdistribusi normal. Uji dilakukan dengan Kolmogorov-Smirnov pada residual.

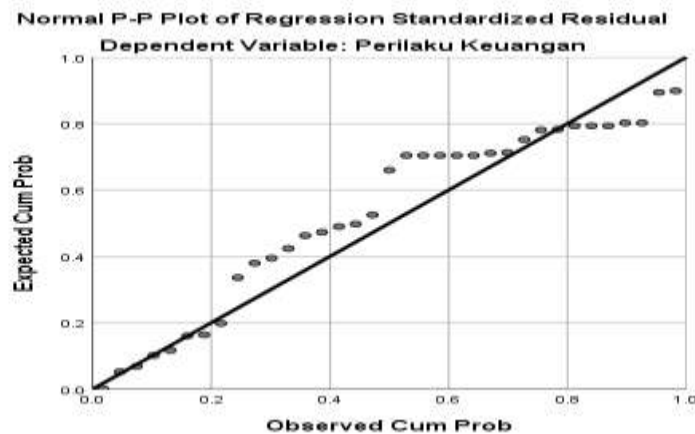
Tabel 6. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test

Statistik	Nilai
N	35
Mean	0,0000
Std. Deviation	3,5081
Most Extreme Differences	
- Absolute	0,192
- Positive	0,137
- Negative	-0,192
Test Statistic	0,192
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,192

Berdasarkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,192 > 0,05, dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), heteroskedastisitas adalah ketidaksamaan varians residual antar pengamatan. Tujuan uji adalah mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians tersebut pada model regresi.



Berdasarkan scatterplot hasil uji menggunakan SPSS 26, titik-titik tersebar merata di sekitar nilai 0, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Penelitian menggunakan adjusted R square karena nilai R square dapat meningkat ketika variabel independen bertambah, sedangkan adjusted R square dapat naik atau turun sesuai variabel independen.

Tabel 7. Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
1	0,879	0,772	0,765	3,561

Sumber: diolah dari data primer melalui SPSS Statistic 26, 2025

Nilai adjusted R Square sebesar 0,765 berarti variabel Digitalisasi Keuangan mampu menjelaskan Perilaku Keuangan sebesar 76,5%, sisanya 23,5% dijelaskan variabel lain.

Uji Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2020), regresi linear sederhana mempelajari hubungan satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Tabel 8. Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a								
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.303	2.942		4.862	0.000		
	Digitalisasi Keuangan	0.756	0.071	0.879	10.581	0.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Perilaku Keuangan

Berdasarkan hasil SPSS, model persamaan regresi:

$$Y = 14,303 + 0,756X + e$$

Keterangan:

- Konstanta (a) = 14,303 artinya jika Digitalisasi Keuangan konstan, Perilaku Keuangan sebesar 14,303.

- Koefisien regresi (B) = 0,756 (positif) artinya setiap kenaikan 1 unit pada Digitalisasi Keuangan akan menaikkan Perilaku Keuangan sebesar 0,756.

Uji T

Uji t menguji pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dengan kriteria: jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka tidak berpengaruh signifikan.

Tabel 9. Hasil Uji T

Coefficients ^a								
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.303	2.942		4.862	0.000		
	Digitalisasi Keuangan	0.756	0.071	0.879	10.581	0.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Perilaku Keuangan

Berdasarkan tabel uji t, nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti terdapat pengaruh signifikan antara Digitalisasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan. Dengan kata lain, H_a diterima dan H_o ditolak.

Pembahasan

Pengaruh Digitalisasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Pelaku Usaha pada UMKM Kecamatan Tuhemberua Kabupaten Nias Utara

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang keuangan. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah digitalisasi keuangan, yaitu proses penggunaan teknologi digital dalam mengelola aktivitas keuangan (Zed et al., 2025). Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), digitalisasi keuangan berperan penting dalam mendorong efisiensi, kemudahan transaksi, serta pencatatan yang lebih akurat. UMKM di Kecamatan Tuhemberua Kabupaten Nias Utara mulai menunjukkan respons positif terhadap perkembangan digital ini, meskipun masih terdapat tantangan dalam adopsinya secara menyeluruh. Digitalisasi keuangan memfasilitasi akses ke layanan keuangan seperti e-wallet, mobile banking, dan sistem pembayaran digital lainnya yang mempermudah pelaku usaha dalam mengatur arus kas dan transaksi.

Menurut penelitian oleh Arner et al (2020), "digital financial services enhance financial inclusion, efficiency, and transparency, especially in underserved regions". Ini menunjukkan bahwa digitalisasi keuangan tidak hanya membawa efisiensi, tetapi juga mendukung inklusi keuangan bagi pelaku UMKM yang selama ini sulit menjangkau layanan keuangan formal. Dalam praktiknya, pelaku usaha yang mengadopsi sistem digital cenderung memiliki kontrol yang lebih baik terhadap aktivitas keuangan usahanya, seperti pencatatan pengeluaran dan pendapatan harian, hingga pengelolaan stok barang secara real-time. Hal ini berdampak pada perilaku keuangan yang lebih tertib, terencana, dan bertanggung jawab. Perilaku keuangan pelaku UMKM adalah cerminan dari cara mereka mengelola keuangan dalam aktivitas bisnis sehari-hari, mulai dari cara membelanjakan uang, menyimpan, hingga membuat keputusan investasi. Perilaku ini sangat dipengaruhi oleh pemahaman, sikap, dan kebiasaan dalam menggunakan teknologi keuangan. Pelaku usaha yang terbiasa menggunakan aplikasi pembayaran digital cenderung lebih cepat dalam melakukan transaksi dan menghindari penggunaan uang tunai yang berisiko kehilangan atau tidak tercatat. Di wilayah Tuhemberua, sebagian besar pelaku UMKM mulai terbiasa menggunakan layanan seperti QRIS, e-wallet, dan transfer bank melalui mobile banking untuk efisiensi transaksi jual beli mereka (Iqbal, 2025).

Dukungan dari teori yang dikemukakan oleh Ozili (2022) memperkuat argumen ini. Ia menyatakan bahwa "financial technology adoption improves financial decision-making and increases

financial discipline among small business owners". Dengan kata lain, digitalisasi keuangan mampu membentuk perilaku keuangan yang lebih rasional, terencana, dan berbasis data. Pelaku UMKM yang menerapkan teknologi keuangan digital akan lebih terbantu dalam menyiapkan laporan keuangan, memantau arus kas, dan membuat perencanaan anggaran secara lebih sistematis. Perubahan perilaku ini berkontribusi langsung pada peningkatan efisiensi dan profitabilitas usaha kecil yang mereka jalankan. Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,765, yang berarti bahwa variabel digitalisasi keuangan (X) mampu menjelaskan variasi perilaku keuangan (Y) sebesar 76,5%, setelah disesuaikan dengan jumlah sampel dan jumlah variabel independen yang digunakan. Sementara sisanya sebesar 23,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini, seperti faktor pengalaman usaha, pendidikan keuangan, atau kondisi pasar. Angka ini menunjukkan bahwa pengaruh digitalisasi keuangan terhadap perilaku keuangan pelaku UMKM di Kecamatan Tuhemberua sangat kuat dan signifikan, sehingga dapat menjadi salah satu faktor kunci dalam pengembangan UMKM yang berkelanjutan.

Penemuan ini sejalan dengan pendapat dari Gomber (2020) yang menyatakan bahwa "the integration of digital financial tools into small business operations significantly enhances financial behavior and operational performance". Hal ini membuktikan bahwa digitalisasi tidak sekadar menjadi pilihan, melainkan sebuah kebutuhan bagi pelaku usaha untuk tetap kompetitif. Penggunaan teknologi dalam keuangan membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan berdasarkan data, meningkatkan ketepatan waktu pembayaran, serta membentuk kebiasaan keuangan yang sehat, seperti menyisihkan keuntungan untuk tabungan atau reinvestasi usaha. Meski demikian, tidak semua pelaku usaha dapat langsung menerima dan mengadopsi digitalisasi keuangan secara optimal. Masih terdapat hambatan seperti keterbatasan literasi digital, keterbatasan infrastruktur jaringan internet, serta ketakutan terhadap risiko keamanan digital. Oleh karena itu, penting bagi pihak terkait, seperti pemerintah daerah dan lembaga keuangan, untuk memberikan pelatihan serta edukasi digital secara berkelanjutan kepada pelaku UMKM. Dengan demikian, adaptasi terhadap sistem keuangan digital dapat meningkat, dan pada akhirnya berdampak pada perilaku keuangan yang lebih baik dan produktif (Sasongko et al., 2020).

Pengaruh digitalisasi keuangan terhadap perilaku keuangan pelaku UMKM di Kecamatan Tuhemberua terbukti signifikan dan positif. Nilai Adjusted R Square yang tinggi menunjukkan kekuatan hubungan yang kuat antara kedua variabel tersebut. Hal ini menandakan bahwa pemanfaatan teknologi keuangan secara digital dapat membantu UMKM menjadi lebih disiplin, efisien, dan bijak dalam mengelola keuangan. Dukungan literatur ilmiah dan data empiris dalam penelitian ini menegaskan bahwa digitalisasi keuangan bukan hanya sebagai alat bantu, tetapi telah menjadi elemen penting dalam penguatan perilaku keuangan pelaku usaha kecil dalam era transformasi digital saat ini.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Kecamatan Tuhemberua, Kabupaten Nias Utara, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi keuangan memiliki pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap perilaku keuangan pelaku UMKM. Hasil analisis menunjukkan bahwa digitalisasi keuangan mampu menjelaskan 76,5% variasi perilaku keuangan pelaku usaha, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,879 yang mengindikasikan hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel. Penerapan teknologi keuangan digital seperti e-wallet, mobile banking, dan sistem pembayaran elektronik telah terbukti mendorong pelaku UMKM untuk mengadopsi perilaku keuangan yang lebih tertib, terencana, dan berbasis data, sehingga meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan keuangan usaha mereka. Temuan penelitian ini memberikan implikasi penting bahwa digitalisasi keuangan bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan fundamental bagi pelaku UMKM untuk tetap kompetitif di era digital. Meskipun masih terdapat tantangan dalam adopsi teknologi seperti keterbatasan literasi digital dan infrastruktur, manfaat yang diperoleh sangat signifikan dalam membentuk perilaku keuangan yang lebih rasional dan sistematis. Oleh karena itu, diperlukan dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan lembaga terkait melalui program pelatihan dan edukasi digital untuk memaksimalkan potensi digitalisasi keuangan dalam meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan UMKM, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, R., & Aminah, S. (2024). Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan UMKM Di Kelurahan Wonorejo Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(4), 4498–4503. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.2499>
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2020). *The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm*. University of Hong Kong Press.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gomber, P. (2020). *Digital Finance – Impacts and Opportunities*. Goethe University Publications.
- Hamzah, R. E., & Citra, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM di Kuningan Barat, Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 12–20. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas>
- Iqbal, M. (2025). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Era Media Sosial. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2), 174–186. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v4i2.3826>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. (2020). *Keuangan Pribadi dan Perilaku Finansial*. Literasi Finansial Press.
- Menkhoff, L., & Sek, S. K. (2021). *Psikologi Keuangan dan Perilaku Konsumen*. Finansia Utama.
- Nababan, D., & Sadalia, I. (2020). *Keuangan Pribadi dan Perilaku Keuangan Individu*. USU Press.
- Nurlela. (2021). *Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. Kementerian Koperasi dan UKM.
- Ozili, P. K. (2022). *Digital Finance, Financial Inclusion and Development in Africa*. African Financial Studies Series.
- Riduwan. (2020). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Alfabeta.
- Santoso, A. (2021). *Indikator Keuangan Digital di Era Ekonomi Modern*. Ekonomika Nusantara.
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Alfaka, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(2), 92–96.
- Siahaan, E. (2023). *STATISTIKA PENELITIAN* (1st ed., Vol. 1). USU Press.
- Soekanto, S. (2020). *Penelitian Ilmiah: Pendekatan dan Metode*. Penerbit PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Suryabrata, S. (2019). *Metodologi Penelitian*. RajaGrafindo Persada.
- Zaki, A., Hidayati, A., Syah, D. K. A., Amalia, R. N., & Kozun, S. N. P. (2024). *Strategi Digital Marketing Desa Wisata (Studi Kasus: Desa Wisata Nglanggeran)*. 4(2), 250–269.
- Zed, E. Z., Indriani, S., & Wati, S. F. (2025). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Era E-Commerce. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4, 171–180.