

Digital Financial Inclusion dan Akses Pembiayaan bagi Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia

Gumoyo Munpuni Ningsih¹, Junet Kaswoto², Zakeus Dadi³, Rachma Ilda Kiat⁴, Toto Tohari⁵,
Andi⁶

¹ Universitas Muhammadiyah Malang, gumoyo@umm.ac.id

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Tangerang, junet.k45@gmail.com

³ Sekolah Tinggi Pertanian Kewirausahaan Banau, zakeusdadi@gmail.com

⁴ Instansi Sekolah Tinggi Pertanian Kewirausahaan (STPK) Banau, Halmahera Barat,
rachmailda.kiat@gmail.com

⁵ Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, totohari@uhamka.ac.id

⁶ Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, andiplg69@untirta.ac.id

Info Artikel

Article history:

Received Okt, 2026

Revised Okt, 2026

Accepted Okt, 2026

Kata Kunci:

Akses ke Pembiayaan; Inklusi Keuangan Digital; Literasi Keuangan; Teknologi Keuangan; Usaha Kecil dan Menengah

Keywords:

Access to Financing; Digital Financial Inclusion; Financial Literacy; Financial Technology; Small and Medium-Sized Enterprises

ABSTRAK

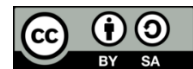
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital financial inclusion dan financial literacy terhadap access to financing pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori melalui survei cross-sectional. Sampel terdiri atas 150 pemilik dan pengelola UKM yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert lima tingkat dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital financial inclusion memiliki hubungan positif dan signifikan dengan access to financing ($\beta = 0,470$; $p < 0,001$). Demikian pula, financial literacy menunjukkan hubungan positif dan signifikan ($\beta = 0,360$; $p < 0,001$). Secara simultan, kedua variabel menunjukkan hubungan yang signifikan dengan akses pembiayaan ($F = 68,393$; $p < 0,001$), dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,482. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 48,2% variasi access to financing, dengan kontribusi relatif digital financial inclusion yang lebih besar. Penelitian ini menegaskan pentingnya pengembangan layanan keuangan digital yang diimbangi dengan peningkatan literasi keuangan untuk mendukung akses pembiayaan UKM. Hasil penelitian diharapkan menjadi dasar pertimbangan bagi lembaga keuangan dan pemerintah dalam merumuskan kebijakan pembiayaan yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of digital financial inclusion and financial literacy on access to financing in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia. The study used a quantitative approach with an explanatory design through a cross-sectional survey. The sample consisted of 150 SME owners and managers selected using a purposive sampling technique. Data were collected through a five-level Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS version 25. The results showed that digital financial inclusion has a positive and significant relationship with access to financing ($\beta = 0.470$; $p < 0.001$). Similarly, financial literacy showed a positive and significant relationship ($\beta = 0.360$; $p < 0.001$). Simultaneously, both variables showed a significant relationship with access to financing ($F = 68.393$; $p < 0.001$), with a coefficient of determination of 0.482. These findings indicate that both variables are able to explain 48.2% of the variation in access to financing, with a greater relative

contribution from digital financial inclusion. This research emphasizes the importance of developing digital financial services, balanced with increased financial literacy, to support access to financing for SMEs. The findings are expected to inform financial institutions and the government's considerations in formulating more inclusive and sustainable financing policies.

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



Corresponding Author:

Name: Gumoyo Munpuni Ningsih
Institution: Universitas Muhammadiyah Malang
Email: gumoyo@umm.ac.id

1. PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta memperkuat ketahanan ekonomi nasional. Di Indonesia, UKM berkontribusi terhadap pemerataan pendapatan, pengembangan ekonomi daerah, dan peningkatan aktivitas produktif masyarakat. Namun, UKM masih menghadapi berbagai kendala struktural, terutama keterbatasan access to financing yang menghambat pengembangan usaha, peningkatan produktivitas, dan daya saing. Keterbatasan pembiayaan dapat memengaruhi kemampuan pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan modal kerja, berinvestasi, serta mengadopsi teknologi. (Beck et al., 2005) menjelaskan bahwa perusahaan berskala kecil cenderung menghadapi hambatan keuangan dan kelembagaan yang lebih besar dibandingkan perusahaan besar. Oleh karena itu, peningkatan access to financing menjadi aspek penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UKM di Indonesia.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah sistem layanan keuangan melalui perluasan akses terhadap berbagai produk dan fasilitas keuangan berbasis teknologi. Digital financial inclusion menggambarkan aksesibilitas dan pemanfaatan layanan keuangan formal melalui platform digital, seperti mobile banking, internet banking, pembayaran elektronik, dan financial technology. Kehadiran teknologi tersebut memungkinkan UKM melakukan transaksi secara lebih efisien, mengurangi biaya administrasi, serta memperoleh informasi pembiayaan dengan lebih mudah. (Ozili, 2018) menjelaskan bahwa layanan keuangan digital berpotensi memperluas inklusi keuangan melalui peningkatan akses dan efisiensi transaksi. Meskipun demikian, pemanfaatannya masih dipengaruhi oleh infrastruktur digital, keterjangkauan biaya, keamanan layanan, dan kemampuan pengguna. Dengan demikian, digital financial inclusion tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan teknologi, tetapi juga efektivitas penggunaannya dalam mendukung aktivitas keuangan usaha.

Perkembangan inklusi keuangan di Indonesia menunjukkan kemajuan, meskipun masih terdapat kesenjangan antara penggunaan layanan keuangan dan kemampuan masyarakat dalam mengelolanya. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan indeks literasi keuangan sebesar 66,46% dan indeks inklusi keuangan sebesar 80,51%. Selanjutnya, OJK, Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), dan BPS (2026) mencatat indeks literasi keuangan sebesar 69,57% dan inklusi keuangan sebesar 93,61% dengan cakupan pengukuran yang lebih luas. Meskipun menunjukkan perkembangan positif, tingginya inklusi keuangan belum tentu mencerminkan kemudahan memperoleh pembiayaan produktif. Pelaku UKM masih dapat menghadapi kendala berupa persyaratan kredit, keterbatasan agunan, dan biaya pembiayaan. Kondisi tersebut menunjukkan

pentingnya mengkaji hubungan digital financial inclusion dengan access to financing dalam konteks UKM.

Selain digital financial inclusion, financial literacy merupakan faktor yang berpotensi memengaruhi kemampuan UKM dalam memperoleh pembiayaan. Financial literacy mencakup pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku keuangan yang mendukung pengambilan keputusan secara tepat. Dalam pengelolaan UKM, kemampuan ini berkaitan dengan penyusunan anggaran, pencatatan keuangan, pengelolaan arus kas, serta pemahaman biaya dan risiko pinjaman. (Lusardi & Mitchell, 2014) menegaskan bahwa literasi keuangan merupakan bentuk modal manusia yang berkontribusi terhadap kualitas pengambilan keputusan ekonomi. (Widyastuti et al., 2023) menemukan bahwa financial literacy dan persyaratan kredit memiliki hubungan signifikan dengan akses kredit formal pada UMKM di Indonesia. Sementara itu, (Frimpong et al., 2022) menunjukkan bahwa financial literacy berpengaruh positif terhadap akses keuangan digital pada UKM di Ghana. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kemampuan keuangan pelaku usaha dapat mendukung pemanfaatan layanan keuangan dan pemilihan sumber pembiayaan yang sesuai.

Penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara literasi keuangan, teknologi finansial, dan akses pembiayaan, tetapi menunjukkan perbedaan fokus dan temuan empiris. (Widyastuti et al., 2023) mengidentifikasi kontribusi financial literacy dan persyaratan kredit terhadap akses pembiayaan formal. (Gustika et al., 2024) meneliti literasi keuangan, persyaratan kredit, dan kualitas laporan keuangan sebagai faktor yang berkaitan dengan akses pembiayaan UMKM di Yogyakarta. Penelitian dalam (Al-shami et al., 2024) juga menunjukkan kontribusi literasi keuangan dan literasi keuangan digital terhadap inklusi keuangan. Namun, penelitian dalam (Kurniasari et al., 2025) terhadap 469 UKM di Indonesia menemukan bahwa adopsi teknologi keuangan memiliki kontribusi langsung yang terbatas terhadap akses keuangan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi belum tentu meningkatkan akses pembiayaan. Selain itu, penelitian yang secara simultan menguji digital financial inclusion dan financial literacy sebagai faktor penjelas access to financing masih memerlukan pengembangan, khususnya dalam konteks UKM di Indonesia.

Berdasarkan permasalahan dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh digital financial inclusion dan financial literacy terhadap access to financing pada Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menempatkan digital financial inclusion dan financial literacy sebagai variabel independen, sedangkan access to financing sebagai variabel dependen. Kebaruan penelitian terletak pada pengintegrasian kedua variabel independen dalam satu model empiris untuk menjelaskan akses pembiayaan UKM, dengan membedakan pemanfaatan layanan keuangan digital dari kemampuan memperoleh pendanaan usaha. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperkaya literatur mengenai inklusi keuangan digital dan akses pembiayaan, sedangkan secara praktis dapat menjadi bahan pertimbangan bagi lembaga keuangan dan pemerintah dalam merumuskan strategi pembiayaan yang lebih inklusif dan berkelanjutan bagi UKM di Indonesia.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Theoretical Foundations

Hubungan antara digital financial inclusion, financial literacy, dan access to financing dapat dijelaskan melalui tiga pendekatan teoretis, yaitu Financial Intermediation Theory, Information Asymmetry Theory, dan Human Capital Theory. Financial Intermediation Theory menjelaskan peran lembaga keuangan dalam menyalurkan dana, mengurangi biaya transaksi, dan memperluas akses pembiayaan bagi UKM. (Beck et al., 2005) menegaskan bahwa pengembangan sistem keuangan dapat mengurangi hambatan pembiayaan usaha kecil, sedangkan (Ozili, 2018) menjelaskan bahwa layanan keuangan digital mampu meningkatkan efisiensi dan inklusi keuangan. Sementara itu, Information Asymmetry Theory menekankan bahwa ketimpangan informasi antara pemberi pinjaman dan pelaku usaha dapat membatasi akses kredit (Stiglitz & Weiss, 1981). Adapun Human

Capital Theory memandang financial literacy sebagai kemampuan yang mendukung pengambilan keputusan keuangan, pemahaman risiko, dan pemilihan sumber pembiayaan yang tepat (Lusardi & Mitchell, 2014). Ketiga teori tersebut menjadi landasan dalam menjelaskan bagaimana pemanfaatan layanan keuangan digital dan kemampuan literasi keuangan berpotensi meningkatkan access to financing pada UKM di Indonesia.

2.2 *Digital Financial Inclusion*

Digital financial inclusion merupakan aksesibilitas dan pemanfaatan layanan keuangan berbasis teknologi digital yang memungkinkan individu maupun pelaku usaha memperoleh layanan keuangan secara lebih mudah, terjangkau, dan efisien. Menurut World Bank, inklusi keuangan digital bertujuan memperluas akses layanan keuangan formal secara bertanggung jawab dan berkelanjutan. (Ozili, 2018) menjelaskan bahwa layanan keuangan digital dapat mengurangi hambatan geografis dan meningkatkan efisiensi transaksi, sedangkan (Pazarbasioglu et al., 2020) menekankan manfaatnya dalam menekan biaya, meningkatkan kecepatan transaksi, dan memperluas pilihan produk keuangan. Dalam konteks UKM di Indonesia, digital financial inclusion mencakup empat dimensi utama, yaitu aksesibilitas layanan keuangan digital, tingkat penggunaan, keterjangkauan biaya dan efisiensi, serta kemudahan dan keandalan layanan. Keempat dimensi tersebut mencerminkan kemampuan pelaku UKM dalam memanfaatkan teknologi keuangan untuk mendukung aktivitas bisnis, yang berpotensi memperluas peluang memperoleh pembiayaan usaha.

2.3 *Financial Literacy*

Financial literacy merupakan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang mendukung individu dalam memahami konsep keuangan serta mengambil keputusan finansial secara tepat. Menurut (OECD, 2022) financial literacy mencakup tiga dimensi utama, yaitu financial knowledge, financial behavior, dan financial attitudes, yang berperan dalam pengelolaan sumber daya dan risiko keuangan. (Lusardi & Mitchell, 2014) menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan bagian dari modal manusia yang membantu individu mengevaluasi produk keuangan, memahami persyaratan pinjaman, dan mengelola kewajiban finansial. Sejalan dengan hal tersebut, (Widyastuti et al., 2023) menemukan bahwa financial literacy dan persyaratan kredit memiliki hubungan signifikan dengan akses pembiayaan formal pada UMKM di Indonesia. Dalam konteks UKM, financial literacy mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam menyusun anggaran, mengelola arus kas, memahami biaya pinjaman, dan mempertimbangkan risiko keuangan. Kemampuan tersebut juga mendukung pemanfaatan layanan keuangan digital secara bertanggung jawab sehingga berpotensi meningkatkan access to financing bagi UKM.

2.4 *Access to Financing*

Access to financing merupakan kemampuan pelaku usaha memperoleh sumber pembiayaan eksternal yang sesuai untuk mendukung kegiatan operasional, investasi, dan pengembangan bisnis. (Beck et al., 2005) menjelaskan bahwa keterbatasan pembiayaan menjadi hambatan utama pertumbuhan usaha kecil, sedangkan (Stiglitz & Weiss, 1981) menekankan bahwa ketimpangan informasi antara pemberi pinjaman dan peminjam dapat membatasi akses kredit. (Widyastuti et al., 2023) juga menemukan bahwa financial literacy dan persyaratan kredit berperan penting dalam menentukan akses pembiayaan formal pada UMKM di Indonesia. Dalam penelitian ini, access to financing diukur melalui empat dimensi, yaitu ketersediaan pembiayaan (*financing availability*), keterjangkauan biaya (*financing affordability*), kemudahan prosedur (*financing procedural accessibility*), dan kecukupan pembiayaan (*financing adequacy*). Keempat dimensi tersebut mencerminkan persepsi pelaku UKM terhadap kemudahan memperoleh pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan usaha.

2.5 Pengembangan Hipotesis

Digital financial inclusion berperan dalam meningkatkan access to financing melalui perluasan akses layanan keuangan, efisiensi transaksi, dan kemudahan memperoleh informasi pembiayaan. (Ozili, 2018) menjelaskan bahwa teknologi keuangan digital dapat mengurangi hambatan geografis dan meningkatkan akses terhadap layanan keuangan formal. Sejalan dengan itu, (Pazarbasioglu et al., 2020) menegaskan bahwa layanan keuangan digital berpotensi menekan biaya transaksi, meningkatkan efisiensi, dan menyediakan produk keuangan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Namun, penelitian dalam (Kurniasari et al., 2025) menunjukkan bahwa adopsi teknologi keuangan memiliki hubungan langsung yang terbatas dengan akses keuangan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pemanfaatan teknologi belum tentu menjamin kemudahan memperoleh pembiayaan. Oleh karena itu, digital financial inclusion diperkirakan memiliki pengaruh positif terhadap access to financing pada UKM di Indonesia.

Selain itu, financial literacy merupakan faktor penting yang mendukung kemampuan pelaku UKM dalam memahami persyaratan kredit, mengevaluasi biaya pinjaman, dan mengelola risiko keuangan. (Lusardi & Mitchell, 2014) menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan bagian dari modal manusia yang berperan dalam pengambilan keputusan finansial. (Widyastuti et al., 2023) menemukan bahwa financial literacy memiliki hubungan positif dan signifikan dengan akses kredit formal pada UMKM di Indonesia. Sementara itu, (Frimpong et al., 2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan berkontribusi terhadap akses keuangan digital dan kinerja UKM. Secara konseptual, digital financial inclusion memperluas ketersediaan layanan keuangan, sedangkan financial literacy meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan layanan tersebut secara tepat. Dengan demikian, kedua variabel diperkirakan berpengaruh positif terhadap access to financing, baik secara parsial maupun simultan, sehingga hubungan tersebut perlu diuji secara empiris dalam konteks UKM di Indonesia.

H1: Digital financial inclusion berpengaruh positif dan signifikan terhadap access to financing pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia.

H2: Financial literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap access to financing pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia.

H3: Digital financial inclusion dan financial literacy secara simultan berpengaruh signifikan terhadap access to financing pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia.

3. RESEARCH METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori (explanatory research) untuk menganalisis pengaruh digital financial inclusion dan financial literacy terhadap access to financing pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia. Penelitian menerapkan metode survei cross-sectional, yaitu pengumpulan data pada satu periode pengamatan. Populasi penelitian mencakup pemilik dan pengelola UKM di Indonesia, dengan sampel sebanyak 150 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Kriteria responden meliputi pemilik atau pengelola UKM yang terlibat dalam pengambilan keputusan keuangan, memahami aktivitas pembiayaan usaha, dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian. Teknik ini digunakan untuk memperoleh informasi dari responden yang memiliki pengalaman relevan dengan variabel penelitian.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5). Penelitian melibatkan tiga variabel, yaitu digital financial inclusion (X1), financial literacy (X2), dan access to financing (Y). Variabel digital financial inclusion diukur melalui aksesibilitas, penggunaan, efisiensi biaya, serta kemudahan dan keandalan layanan keuangan digital. Variabel financial literacy mencakup pemahaman konsep keuangan, perencanaan dan penganggaran, pemahaman biaya serta risiko pinjaman, dan sikap pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab. Sementara itu, access to

financing diukur berdasarkan ketersediaan pembiayaan, keterjangkauan biaya, kemudahan prosedur, dan kecukupan pembiayaan. Setiap variabel memiliki empat indikator, sehingga terdapat 12 butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur persepsi responden.

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 melalui statistik deskriptif, uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan regresi linear berganda. Uji validitas menggunakan corrected item-total correlation dengan batas minimum 0,30, sedangkan reliabilitas dinilai menggunakan Cronbach's alpha dengan nilai minimum 0,70. Uji asumsi klasik meliputi normalitas residual, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan pemeriksaan observasi berpengaruh. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui signifikansi hubungan masing-masing variabel independen dengan access to financing, serta uji F untuk menguji signifikansi model secara simultan. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen, dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Model regresi yang digunakan adalah ($Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \text{varepsilon}$). Karena penelitian menggunakan data observasional cross-sectional, hasil analisis ditafsirkan sebagai hubungan statistik dan bukan bukti kausalitas secara langsung.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, sektor usaha, lama operasional usaha, serta posisi responden dalam perusahaan. Pengelompokan tersebut bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai profil demografis dan karakteristik usaha dari responden yang terlibat dalam penelitian.

Tabel 1. Karakteristik Demografis dan Usaha Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	82	54,7
	Perempuan	68	45,3
Usia	20–30 tahun	35	23,3
	31–40 tahun	57	38,0
	41–50 tahun	39	26,0
	Di atas 50 tahun	19	12,7
Pendidikan	SMA/Sederajat	52	34,7
	Diploma	28	18,7
	Sarjana (S1)	61	40,7
	Pascasarjana	9	6,0
Sektor Usaha	Perdagangan dan Ritel	48	32,0
	Makanan dan Minuman	42	28,0
	Manufaktur	30	20,0
	Jasa	30	20,0
Lama Operasional Usaha	1–3 tahun	41	27,3
	4–6 tahun	54	36,0
	7–10 tahun	33	22,0
	Lebih dari 10 tahun	22	14,7
Posisi	Pemilik Usaha	109	72,7
	Pengelola Usaha	41	27,3
Total Responden		150	100,0

Berdasarkan Tabel 1, penelitian ini melibatkan 150 responden pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia, yang terdiri atas 82 laki-laki (54,7%) dan 68 perempuan (45,3%). Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang 31–40 tahun (38,0%), diikuti usia 41–50 tahun (26,0%), 20–30 tahun (23,3%), dan di atas 50 tahun (12,7%). Dari tingkat pendidikan, responden didominasi lulusan sarjana (40,7%), diikuti SMA (34,7%),

diploma (18,7%), dan pascasarjana (6,0%). Berdasarkan sektor usaha, sebagian besar bergerak dalam perdagangan dan ritel (32,0%), makanan dan minuman (28,0%), manufaktur (20,0%), serta jasa (20,0%). Ditinjau dari lama operasional usaha, mayoritas telah menjalankan usaha selama 4–6 tahun (36,0%), diikuti 1–3 tahun (27,3%), 7–10 tahun (22,0%), dan lebih dari 10 tahun (14,7%). Sementara itu, berdasarkan posisi responden, sebanyak 72,7% merupakan pemilik usaha dan 27,3% merupakan pengelola usaha. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki latar belakang demografis dan usaha yang beragam, sehingga memberikan gambaran mengenai kondisi UKM yang menjadi sampel penelitian.

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan distribusi data pada variabel digital financial inclusion, financial literacy, dan access to financing. Setiap variabel diukur menggunakan skor komposit yang diperoleh dari kuesioner dengan skala Likert lima tingkat. Analisis ini mencakup jumlah observasi (N), nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi untuk mengetahui kecenderungan serta variasi jawaban responden.

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variable	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Digital Financial Inclusion (X1)	150	1.50	5.00	3.45	0.71
Financial Literacy (X2)	150	1.25	5.00	3.25	0.73
Access to Financing (Y)	150	1.25	5.00	3.45	0.84

Berdasarkan Tabel 2, hasil analisis statistik deskriptif terhadap 150 responden menunjukkan bahwa variabel digital financial inclusion (X1) memiliki nilai minimum 1,50, maksimum 5,00, rata-rata (mean) 3,45, dan standar deviasi 0,71. Variabel financial literacy (X2) memiliki nilai minimum 1,25, maksimum 5,00, rata-rata 3,25, dan standar deviasi 0,73. Sementara itu, variabel access to financing (Y) memiliki nilai minimum 1,25, maksimum 5,00, rata-rata 3,45, dan standar deviasi 0,84. Hasil tersebut menunjukkan bahwa digital financial inclusion dan access to financing memiliki nilai rata-rata yang lebih tinggi dibandingkan financial literacy. Selain itu, standar deviasi access to financing yang paling besar menunjukkan adanya variasi persepsi responden yang lebih tinggi terhadap akses pembiayaan dibandingkan kedua variabel independen. Secara keseluruhan, ketiga variabel memiliki nilai rata-rata di atas titik tengah skala Likert, yang mengindikasikan kecenderungan penilaian responden relatif positif.

4.3 Research Instrument Testing

a. Validity Test

Uji validitas dilakukan untuk menilai kesesuaian setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Instrumen penelitian terdiri atas 12 butir pernyataan yang mencakup variabel digital financial inclusion, financial literacy, dan access to financing. Pengujian menggunakan nilai corrected item-total correlation sebagai indikator awal konsistensi butir, dengan kriteria minimum sebesar 0,30. Butir pernyataan dinyatakan memenuhi kriteria validitas apabila nilai korelasinya $\geq 0,30$.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variable	Item	Corrected Item-Total Correlation	Criterion	Decision
Digital Financial Inclusion	DFI1	0.652	0.30	Accept
	DFI2	0.714	0.30	Accept
	DFI3	0.681	0.30	Accept
	DFI4	0.736	0.30	Accept

Variable	Item	Corrected Item-Total Correlation	Criterion	Decision
Financial Literacy	FL1	0.624	0.30	Accept
	FL2	0.697	0.30	Accept
	FL3	0.658	0.30	Accept
	FL4	0.721	0.30	Accept
Access to Financing	AF1	0.684	0.30	Accept
	AF2	0.742	0.30	Accept
	AF3	0.709	0.30	Accept
	AF4	0.765	0.30	Accept

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh 12 butir pernyataan pada variabel digital financial inclusion, financial literacy, dan access to financing memenuhi kriteria validitas dengan nilai corrected item-total correlation di atas 0,30. Variabel digital financial inclusion memiliki nilai korelasi antara 0,652–0,736, sedangkan financial literacy berkisar antara 0,624–0,721. Sementara itu, variabel access to financing menunjukkan nilai korelasi antara 0,684–0,765. Nilai tertinggi terdapat pada indikator AF4 sebesar 0,765, sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator FL1 sebesar 0,624. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan memenuhi kriteria validitas butir dan dapat digunakan dalam analisis penelitian selanjutnya.

b. Reliability Test

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi konsistensi internal setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian menggunakan koefisien Cronbach's alpha untuk memastikan bahwa instrumen kuesioner memiliki tingkat konsistensi yang memadai dalam pembentukan skor komposit. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's alpha $\geq 0,70$.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Items	Cronbach's Alpha	Criterion	Decision
Digital Financial Inclusion (X1)	4	0.842	0.70	Reliable
Financial Literacy (X2)	4	0.821	0.70	Reliable
Access to Financing (Y)	4	0.864	0.70	Reliable

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's alpha di atas kriteria minimum 0,70. Variabel digital financial inclusion (X1) memperoleh nilai reliabilitas sebesar 0,842, financial literacy (X2) sebesar 0,821, dan access to financing (Y) sebesar 0,864. Setiap variabel diukur menggunakan empat butir pernyataan, dengan nilai reliabilitas tertinggi terdapat pada access to financing dan terendah pada financial literacy. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik dan dinyatakan reliabel, sehingga layak digunakan dalam analisis statistik selanjutnya.

4.4 Classical Assumption Tests

a. Normality Test

Berdasarkan hasil uji normalitas residual menggunakan metode Shapiro–Wilk, diperoleh nilai statistik sebesar 0,989 dengan jumlah sampel 150 responden dan nilai signifikansi sebesar 0,312. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,312 > 0,05$), sehingga tidak terdapat bukti statistik yang menunjukkan penyimpangan signifikan dari distribusi normal. Dengan demikian, residual pada model regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas dan mendukung penggunaan analisis regresi linear berganda untuk pengujian hipotesis penelitian.

b. Multicollinearity Test

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang berlebihan antara variabel digital financial inclusion dan financial literacy. Pengujian menggunakan nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) sebagai indikator untuk mendeteksi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Independent Variable	Tolerance	VIF	Interpretation
Digital Financial Inclusion (X1)	0.848	1.179	No severe multicollinearity
Financial Literacy (X2)	0.848	1.179	No severe multicollinearity

Berdasarkan Tabel 5, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel digital financial inclusion (X1) dan financial literacy (X2) masing-masing memiliki nilai tolerance sebesar 0,848 dan Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,179. Nilai tolerance yang lebih besar dari 0,20 dan VIF yang lebih kecil dari 5,00 menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas yang serius antara kedua variabel independen. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi multikolinearitas dan kedua variabel independen dapat digunakan dalam analisis regresi linear berganda untuk menguji hubungannya dengan access to financing.

c. Heteroscedasticity Test

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah varians residual dalam model regresi bersifat konstan pada berbagai nilai variabel independen. Pengujian menggunakan metode Glejser sebagai analisis diagnostik tambahan, dengan nilai absolut residual regresi sebagai variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Independent Variable	Sig.	Criterion	Interpretation
Digital Financial Inclusion (X1)	0.284	0.05	No significant association
Financial Literacy (X2)	0.417	0.05	No significant association

Berdasarkan Tabel 6, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel digital financial inclusion (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,284, sedangkan financial literacy (X2) sebesar 0,417. Kedua nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara variabel independen dan nilai absolut residual. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas yang signifikan dalam model regresi berdasarkan pengujian yang dilakukan. Dengan demikian, model regresi dinilai memenuhi asumsi homoskedastisitas dan dapat digunakan untuk analisis regresi linear berganda serta pengujian hipotesis selanjutnya.

4.5 Multiple Linear Regression Analysis

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji hubungan antara digital financial inclusion, financial literacy, dan access to financing. Model regresi menempatkan digital financial inclusion (X1) dan financial literacy (X2) sebagai variabel independen, sedangkan access to financing (Y) sebagai variabel dependen.

a. Model Summary

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,694 yang menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara digital financial inclusion (X1) dan financial literacy (X2) secara bersama-sama dengan access to financing (Y). Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,482 menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan 48,2% variasi access to financing, sedangkan sisanya sebesar 51,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak tercakup dalam model penelitian. Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,475 menunjukkan bahwa setelah penyesuaian terhadap jumlah

variabel independen, kemampuan penjelasan model mencapai 47,5%. Nilai Standard Error of Estimate sebesar 0,608 mencerminkan tingkat kesalahan estimasi model regresi. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa digital financial inclusion dan financial literacy memiliki kontribusi yang cukup berarti dalam menjelaskan variasi access to financing pada UKM di Indonesia.

b. Analysis of Variance (ANOVA)

Signifikansi model regresi secara keseluruhan diuji menggunakan uji F untuk mengetahui apakah digital financial inclusion dan financial literacy secara simultan memiliki hubungan yang signifikan secara statistik dengan access to financing.

Tabel 7. Hasil Uji ANOVA (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	50.610	2	25.305	68.393	<0.001
Residual	54.390	147	0.370		
Total	105.000	149			

Berdasarkan Tabel 7, hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa model regresi memiliki nilai Sum of Squares regresi sebesar 50,610 dan residual sebesar 54,390, dengan derajat kebebasan masing-masing 2 dan 147. Nilai Mean Square regresi sebesar 25,305 dan residual sebesar 0,370 menghasilkan nilai F hitung sebesar 68,393 dengan tingkat signifikansi $p < 0,001$. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga model regresi dinyatakan signifikan secara statistik. Hasil ini menunjukkan bahwa digital financial inclusion (X1) dan financial literacy (X2) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap access to financing (Y) pada UKM di Indonesia.

c. Regression Coefficients

Kontribusi masing-masing variabel digital financial inclusion dan financial literacy dianalisis melalui koefisien regresi, kesalahan standar, koefisien terstandarisasi, serta hasil uji t.

Tabel 8. Hasil Koefisien Regresi Linear Berganda

Variable	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	0.186	0.290	—	0.641	0.522
Digital Financial Inclusion (X1)	0.556	0.076	0.470	7.316	<0.001
Financial Literacy (X2)	0.414	0.074	0.360	5.595	<0.001

Berdasarkan Tabel 8, hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan ($Y = 0,186 + 0,556X_1 + 0,414X_2$). Nilai konstanta sebesar 0,186 memiliki tingkat signifikansi 0,522, sehingga tidak signifikan secara statistik. Variabel digital financial inclusion (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,556, nilai t sebesar 7,316, dan signifikansi $p < 0,001$, yang menunjukkan hubungan positif dan signifikan dengan access to financing. Sementara itu, variabel financial literacy (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,414, nilai t sebesar 5,595, dan signifikansi $p < 0,001$, sehingga juga menunjukkan hubungan positif dan signifikan. Berdasarkan koefisien beta terstandarisasi, digital financial inclusion ($\beta = 0,470$) memiliki kontribusi relatif lebih besar dibandingkan financial literacy ($\beta = 0,360$) dalam menjelaskan variasi access to financing. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dan kedua (H2) didukung oleh hasil pengujian statistik, yang menunjukkan bahwa peningkatan kedua variabel independen berkaitan dengan meningkatnya akses pembiayaan UKM di Indonesia.

4.6 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital financial inclusion memiliki hubungan positif dan signifikan dengan access to financing pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia, dengan koefisien regresi sebesar 0,556, nilai t sebesar 7,316, dan signifikansi $p < 0,001$. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi aksesibilitas dan pemanfaatan layanan keuangan digital, semakin baik pula akses pembiayaan yang dipersepsikan pelaku UKM. Hasil tersebut sejalan dengan (Ozili, 2018) yang menjelaskan bahwa teknologi keuangan digital dapat memperluas inklusi keuangan melalui pengurangan hambatan geografis dan peningkatan efisiensi transaksi. (Pazarbasioglu et al., 2020) juga menegaskan bahwa layanan keuangan digital mampu menekan biaya transaksi dan memperluas akses terhadap produk keuangan. Dalam konteks UKM di Indonesia, penggunaan layanan keuangan digital berpotensi mempermudah pelaku usaha memperoleh informasi pembiayaan, melakukan transaksi, dan mengelola catatan keuangan. Temuan ini mendukung Financial Intermediation Theory yang menekankan pentingnya efisiensi lembaga dan layanan keuangan dalam memperluas akses terhadap sumber pendanaan.

Variabel financial literacy juga menunjukkan hubungan positif dan signifikan dengan access to financing, dengan koefisien regresi sebesar 0,414, nilai t sebesar 5,595, dan signifikansi $p < 0,001$. Hasil ini mengindikasikan bahwa pelaku UKM dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki persepsi akses pembiayaan yang lebih baik. Temuan tersebut mendukung (Lusardi & Mitchell, 2014) yang menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan bagian dari modal manusia yang berperan dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan finansial. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan (Widyastuti et al., 2023) yang menemukan hubungan signifikan antara financial literacy dan akses kredit formal pada UMKM di Indonesia. Selain itu, (Frimpong et al., 2022) menegaskan pentingnya literasi keuangan dalam mendukung akses terhadap layanan keuangan digital. Secara praktis, pemahaman mengenai biaya pinjaman, risiko keuangan, dan persyaratan kredit dapat membantu pelaku UKM mengevaluasi alternatif pembiayaan serta mempersiapkan dokumen yang dibutuhkan lembaga keuangan. Temuan ini memperkuat relevansi Human Capital Theory dalam menjelaskan peran kemampuan keuangan terhadap akses pembiayaan usaha.

Secara simultan, digital financial inclusion dan financial literacy menunjukkan hubungan yang signifikan dengan access to financing, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai F sebesar 68,393 dengan signifikansi $p < 0,001$. Nilai R Square sebesar 0,482 menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan 48,2% variasi akses pembiayaan, sedangkan 51,8% lainnya berkaitan dengan faktor di luar model penelitian. Berdasarkan koefisien beta terstandarisasi, digital financial inclusion ($\beta = 0,470$) memiliki kontribusi relatif lebih besar dibandingkan financial literacy ($\beta = 0,360$). Temuan ini menunjukkan bahwa aksesibilitas layanan keuangan digital memiliki hubungan yang lebih kuat dengan akses pembiayaan dalam model yang diuji. Meskipun demikian, kedua variabel memiliki peran yang berbeda, yaitu digital financial inclusion berkaitan dengan ketersediaan dan pemanfaatan layanan keuangan, sedangkan financial literacy berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam memahami dan mengevaluasi keputusan pembiayaan. Hasil tersebut memperkuat relevansi Financial Intermediation Theory dan Human Capital Theory dalam menjelaskan akses pembiayaan UKM, tanpa mengindikasikan adanya hubungan kausal atau interaksi statistik antara kedua variabel independen.

Secara keseluruhan, temuan penelitian memberikan implikasi bahwa peningkatan akses pembiayaan UKM memerlukan pendekatan yang mengintegrasikan pengembangan layanan keuangan digital dan penguatan literasi keuangan. Lembaga keuangan perlu meningkatkan kemudahan akses, transparansi informasi, keterjangkauan biaya, dan keandalan layanan digital agar lebih sesuai dengan kebutuhan pelaku UKM. Sementara itu, pemerintah dan lembaga pendamping usaha dapat memperkuat program edukasi

keuangan yang berfokus pada pengelolaan arus kas, penyusunan laporan keuangan, pemahaman persyaratan kredit, dan evaluasi risiko pembiayaan. Pendekatan tersebut relevan dengan Information Asymmetry Theory karena peningkatan kualitas informasi keuangan berpotensi mengurangi kesenjangan informasi antara pelaku usaha dan lembaga pembiayaan. Namun, hasil penelitian perlu ditafsirkan secara hati-hati karena menggunakan data persepsi responden, teknik purposive sampling, dan desain cross-sectional, sehingga belum dapat membuktikan hubungan sebab akibat maupun mewakili seluruh UKM di Indonesia. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor lain, seperti persyaratan agunan, kualitas laporan keuangan, karakteristik usaha, dan kebijakan kredit, untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan access to financing.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa digital financial inclusion dan financial literacy memiliki hubungan positif dan signifikan dengan access to financing pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia, baik secara parsial maupun simultan. Digital financial inclusion menunjukkan kontribusi relatif lebih besar dibandingkan financial literacy, yang mengindikasikan pentingnya aksesibilitas dan pemanfaatan layanan keuangan digital dalam mendukung kemudahan pembiayaan usaha. Nilai koefisien determinasi sebesar 48,2% menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan sebagian variasi akses pembiayaan, sedangkan sisanya berkaitan dengan faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menegaskan perlunya integrasi antara pengembangan infrastruktur layanan keuangan digital dan peningkatan literasi keuangan pelaku UKM. Oleh karena itu, lembaga keuangan dan pemerintah diharapkan memperluas layanan pembiayaan digital yang mudah diakses, terjangkau, dan transparan, sekaligus memperkuat edukasi pengelolaan keuangan usaha. Mengingat penelitian menggunakan data persepsi dengan desain cross-sectional dan teknik purposive sampling, hasilnya belum dapat digunakan untuk menyimpulkan hubungan kausal maupun digeneralisasikan kepada seluruh UKM di Indonesia. Penelitian selanjutnya disarankan mempertimbangkan faktor persyaratan kredit, kualitas laporan keuangan, dan karakteristik usaha untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai akses pembiayaan UKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-shami, S. A., Damayanti, R., Adil, H., Farhi, F., & Al mamun, A. (2024). Financial and digital financial literacy through social media use towards financial inclusion among batik small enterprises in Indonesia. *Heliyon*, 10(15). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34902>
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Maksimovic, V. (2005). Financial and legal constraints to growth: does firm size matter? *The Journal of Finance*, 60(1), 137–177. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2005.00727.x>
- Frimpong, S. E., Agyapong, G., & Agyapong, D. (2022). Financial literacy, access to digital finance and performance of SMEs: Evidence From Central region of Ghana. *Cogent Economics & Finance*, 10(1), 2121356. <https://doi.org/10.1080/23322039.2022.2121356>
- Gustika, R., Rinofah, R., & Maulida, A. (2024). The Influence of Financial Literacy, Credit Requirements, and Financial Report Quality on Access to Financing for Micro, Small and Medium Enterprises. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(5), 1499–1508. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i5.2772>
- Kurniasari, F., Abd Hamid, N., & Lestari, E. D. (2025). Unraveling the impact of financial literacy, financial technology adoption, and access to finance on small medium enterprises business performance and sustainability: a serial mediation model. *Cogent Business & Management*, 12(1), 2487837. <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2487837>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- OECD. (2022). *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion 2022*. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/https://doi.org/10.1787/cbc4114f-en>

- Ozili, P. K. (2018). Impact of digital finance on financial inclusion and stability. *Borsa Istanbul Review*, 18(4), 329–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.12.003>
- Pazarbasioglu, C., Mora, A. G., Uttamchandani, M., Natarajan, H., Feyen, E., & Saal, M. (2020). *How Countries Can Expand Access to Digital Financial Services*. World Bank Group. <https://www.worldbank.org/en/topic/financialsector/publication/digital-financial-services>
- Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1981). Credit Rationing in Markets with Imperfect Information. *The American Economic Review*, 71(3), 393–410. <http://www.jstor.org/stable/1802787>
- Widyastuti, M., Ferdinand, D. Y. Y., & Hermanto, Y. B. (2023). Strengthening Formal Credit Access and Performance through Financial Literacy and Credit Terms in Micro, Small and Medium Businesses. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(1), 52. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/jrfm16010052>