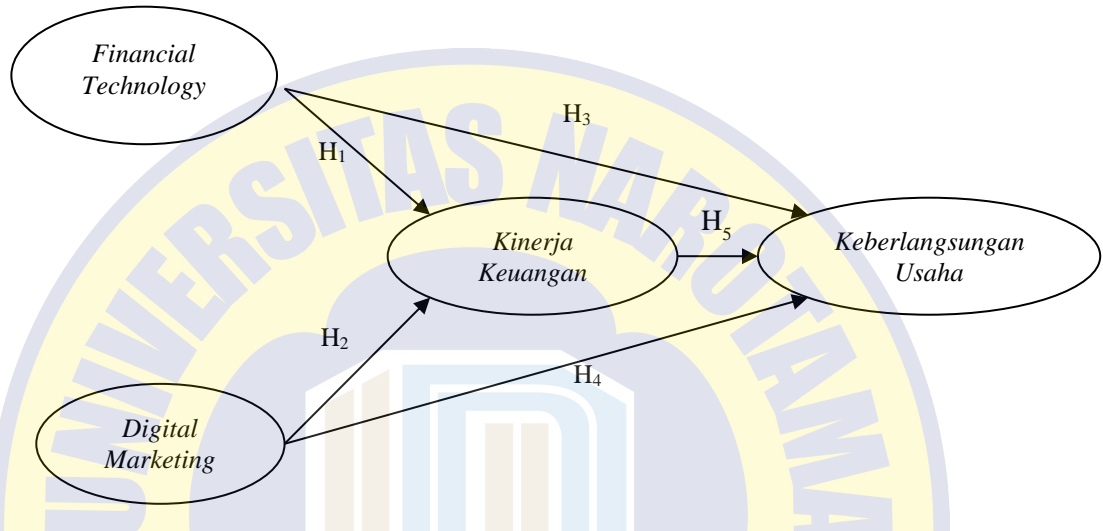


## BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

### 3.1. Kerangka Konseptual

Penelitian ini ingin menunjukkan bahwa kinerja keuangan dan keberlangsungan usaha itu dipengaruhi oleh financial technology dan digital marketing yang bisa dijelaskan dalam bagan sebagai berikut :



Gambar 3.1. Hubungan Antar Variabel

### 3.2. Hipotesis Penelitian

#### 3.2.1. Pengaruh Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan

Financial technology memberi kemudahan layanan dan transaksi keuangan. Pelaku usaha bisa menggunakan Fintech untuk melakukan transaksi pembayaran tanpa harus tatap muka, memperoleh pinjaman tanpa harus mengunjungi kantor cabang bank, memilih dan mengetahui produk keuangan yang paling sesuai dengan kebutuhan, melakukan investasi secara mudah, serta memperoleh konsultasi terkait perencanaan keuangan. Fintech juga berperan penting dalam membantu lembaga keuangan untuk melakukan penilaian atau pemeringkatan kredit serta proses mengenal konsumen secara elektronik sehingga memungkinkan UMKM dalam memperoleh pinjaman atau layanan keuangan lainnya (Fajar & Larasati, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Rahadjeng et al. (2021) menunjukkan bahwa variabel financial technology berpengaruh signifikan kepada kinerja keuangan.

Oleh karena dalam penelitian ini dapat dikemukakan hipotesis:

H1 : *Financial Technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Surabaya

### **3.2.2. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kinerja Keuangan**

Transaksi Jual dan Beli melalui secara online dan menggunakan jaringan internet merupakan satu fenomena bisnis baru dan berkembang saat ini. Salah satu manfaat internet sebagai sarana memperkenalkan dan memasarkan produk barang atau jasa. Dari sisi finansial, pemasaran online sangat menjanjikan untuk peningkatan laba usaha. Kinerja Keuangan yang baik akan dapat meningkatkan pertumbuhan usaha. (Gunardi, Agus Rahayu, 2020)

Hasil penelitian Gunardi dan Agus Rahayu (2020) menghubungkan variable Strategi Pemasaran secara online dengan Kinerja Keuangan UMKM Fashion, secara simultan kemampuan pemasaran produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan industri berskala kecil. Maka dalam penelitian ini dikemukakan hipotesis :

H2 : *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Surabaya

### **3.2.3. Pengaruh Financial Technology Terhadap Keberlangsungan Usaha**

Era revolusi industri 4.0, tahun-tahun terakhir telah ditandai dengan pertumbuhan pesat perusahaan berbasis teknologi yang semakin mengadopsi model bisnis yang berkelanjutan. Semakin banyak perusahaan Fintech mulai meluncurkan

layanan baru untuk menghindari hambatan organisasi yang berdampak negatif pada keberlangsungan usaha UMKM.(Pizzi et al., 2021).

Penelitian literatur Vergara & Agudo (2021) menunjukkan bahwa ada pengaruh financial technology terhadap keberlangsungan usaha, untuk itu dalam penelitian ini dikemukakan hipotesis :

H3 : *Financial Technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya

#### **3.2.4. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keberlangsungan Usaha**

Masa pandemi konsumen nyaris lupa dengan merek, maka komunikasi melalui iklan digital akan meningkatkan kembali brand awareness. Perilaku digital mendorong perluasan konsumen online bukan lagi pada generasi milenial. Beberapa UMKM telah mengalami bangkrut. Namun tidak sedikit yang akhirnya bangkit dan kemudian bertumbuh. UMKM mengubah operasional produksi dengan mengurangi jumlah produksi dan sekaligus melakukan inovasi untuk menambah daya saing. Di sisi lain penggunaan digital marketing secara massif telah dilakukan untuk meningkatkan awareness pelanggan. Marketplace sebagai bentuk manifestasi dari e-commerce digunakan sebagai inovasi atau perubahan metode penjualan demi keberlangsungan usaha mereka.(Rudi, 2020)

Penelitian Rudi Santoso (2020) menunjukkan bahwa penggunaan digital marketing melalui marketplace oleh UMKM menjadi salah satu faktor kekuatan bertahan di tengah badai pandemi, maka dalam penelitian ini hipotesis yang dikemukakan adalah

H4 : *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya

### **3.2.5. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Keberlangsungan Usaha**

Kinerja keuangan yang optimal berbasis pemanfaatan fintech yang diikuti dengan stabilitas Usaha Kecil dan Menengah (UKM) akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi. (Menne et al., 2022)

Hasil penelitian Menne et al. (2022) menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap keberlangsungan usaha UKM, untuk itu dalam penelitian ini dikemukakan hipotesis :

H5 : Kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya

### **3.2.6. Peran kinerja keuangan sebagai mediator pengaruh *financial technology* terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya**

Menganalisis hubungan antara Fintech dan keberlanjutan, dan berbagai bidang kolaborasi antara Fintech dan keuangan berkelanjutan, baik dari perspektif teoritis dan deskriptif, sambil memberikan contoh spesifik dari platform teknologi saat ini. Hasilnya mengarah pada kesimpulan bahwa keuangan berkelanjutan dan Fintech memiliki banyak kesamaan, dan Fintech dapat membuat bisnis keuangan lebih berkelanjutan secara keseluruhan. Hal ini dapat dilihat pada penelitian yang dilakukan oleh Rahadjeng et al. (2021) yang menunjukkan bahwa variabel *financial technology* berpengaruh signifikan kepada kinerja keuangan ditunjang dengan penelitian Menne et al (2022) yang menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang optimal berbasis pemanfaatan fintech yang diikuti dengan stabilitas Usaha Kecil dan Menengah (UKM) akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi.

H6: Kinerja keuangan menjadi mediator pengaruh *financial technology* terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya

### **3.2.7. Peran kinerja keuangan sebagai mediator pengaruh *digital marketing* terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya**

Pemasaran digital, model bisnis baru, kampanye iklan online, dan strategi digital lainnya telah mengumpulkan pendapat dan komentar pengguna melalui saluran online baru ini. Dengan cara ini, perusahaan mulai melihat ekosistem digital tidak hanya sebagai masa kini, tetapi juga masa depan mereka. Dari perspektif jangka panjang ini, perusahaan memperhatikan keberlanjutan dan pertumbuhan model bisnis mereka. Ada model bisnis baru di Internet yang mendukung tujuan sosial, platform baru yang ditujukan untuk mendukung proyek sosial dan berkelanjutan, dan kampanye iklan digital yang mempromosikan keberlanjutan. Terlihat dari penelitian Gunardi, Agus Rahayu (2020) bahwa transaksi jual dan beli melalui secara online dan menggunakan jaringan internet merupakan satu fenomena bisnis baru dan berkembang saat ini. Salah satu manfaat internet sebagai sarana memperkenalkan dan memasarkan produk barang atau jasa. Dari sisi finansial, pemasaran online sangat menjanjikan untuk peningkatan laba usaha. Kinerja Keuangan yang baik akan dapat meningkatkan pertumbuhan usaha ditunjang dengan penelitian Menne et al. (2022) yang menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap keberlangsungan usaha UKM

H7: Kinerja keuangan menjadi mediator pengaruh *digital marketing* terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya