

ABSTRAK

Digitalisasi menjadi kebutuhan penting yang perlu dimiliki oleh UMKM untuk mempertahankan usahanya dalam persaingan yang ketat. UMKM perlu mengikuti perkembangan usaha didampingi dengan literasi keuangan, literasi digital serta pemasaran digital. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis secara deskriptif tingkat literasi keuangan, literasi digital, pemasaran digital serta menganalisis pengaruh secara langsung dan pengaruh secara tidak langsung antar variabel. Penelitian ini dilakukan di Pulau Madura, dengan responden pelaku UMKM Petis Madura Halal. Penelitian dilakukan mulai bulan Agustus 2025 sampai Desember 2025. Pengumpulan data menggunakan skala interval 1-10, dengan metode *purposive sampling* menggunakan 30 sampel. Responden dari penelitian ini adalah pelaku UMKM Petis Madura yang sudah memiliki sertifikasi halal dan berada di Pulau Madura. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis SEM-PLS. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan, literasi digital dan peningkatan penjualan berada pada rentang skala sedang, sedangkan pemasaran digital berada pada rentang skala tinggi. Berdasarkan hasil uji outer model dinyatakan valid dan reliabel. Hasil pengujian inner model, model tergolong pada kategori sedang. Kemudian hanya literasi digital terhadap pemasaran digital yang memberikan pengaruh signifikan.

Kata kunci: *Literasi Digital, Literasi Keuangan, Pemasaran Digital, Petis Madura*

ABSTRACT

Digitalization is a crucial requirement for MSMEs to maintain their businesses amidst intense competition. MSMEs need to keep up with business developments, supported by financial literacy, digital literacy, and digital marketing. The purpose of this study is to descriptively analyze the levels of financial literacy, digital literacy, and digital marketing, as well as to analyze the direct and indirect influences between variables. This study was conducted on Madura Island, with respondents being Petis Madura Halal MSMEs. The study was conducted from August 2025 to December 2025. Data collection used an interval scale of 1-10, with a purposive sampling method using 30 samples. Respondents in this study were Petis Madura MSMEs who already had halal certification and were located on Madura Island. The data analysis technique used was SEM-PLS analysis. Based on the results of the study, it shows that the levels of financial literacy, digital literacy, and sales increase are in the medium scale range, while digital marketing is in the high scale range. Based on the results of the outer model test, it was declared valid and reliable. The results of the inner model test, the model is classified as medium. Then only digital literacy towards digital marketing has a significant influence.

Keywords: *Digital Literacy, Financial Literacy, Digital Marketing, Petis Madura*