

# Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM

Bidasari<sup>1</sup>, Goso<sup>2</sup>, Sahrir<sup>3</sup>, Rahmad Solling Hamid<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Muhammadiyah Palopo

[bidasari@student.umpalopo.ac.id](mailto:bidasari@student.umpalopo.ac.id)<sup>1</sup>, [goso@umpalopo.ac.id](mailto:goso@umpalopo.ac.id)<sup>2</sup>, [sahrir@umpalopo.ac.id](mailto:sahrir@umpalopo.ac.id)<sup>3</sup>,  
[rahmadshamid@umpalopo.ac.id](mailto:rahmadshamid@umpalopo.ac.id)<sup>4</sup>

\*Corresponding Author

Diajukan : 21 Desember 2022

Disetujui : 31 Januari 2023

Dipublikasi : 1 April 2023

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to determine the relationship between financial literacy and digital literacy on the performance of MSMEs. This study uses a quantitative approach method through the distribution of online questionnaires. The population in this study is all MSME actors in Luwu Utara Regency, specifically in Masamba District. The sampling technique used is random sampling, namely random sampling based on a predetermined sample. The sample size was taken based on 10 times the calculation of the number of sample measurements and obtained a sample size of 100 samples. The analytical method used is linear regression analysis. The results of this study obtained information that financial literacy and digital literacy have a positive and significant effect on MSME performance.*

**Keywords :** Financial Literacy, Digital Literacy, MSME Performance

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu bagian penting yang dapat menopang pertumbuhan dan perkembangan ekonomi suatu negara. Di Indonesia sendiri UMKM merupakan salah satu aspek yang menunjang perekonomian nasional. UMKM memiliki kemampuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih merata dan berkeadilan (Octavina & Rita, 2021). Pasca COVID-19, daya saing dan kinerja perekonomian nasional dipengaruhi oleh ketahanan dan pertumbuhan UMKM (Wahdiniwaty et al., 2022). Pandemi COVID-19, kejadian yang jarang terjadi, berdampak besar pada perekonomian, bencana industri lainnya, pelaku UMKM, transportasi, dan kesehatan (Saepuloh et al., 2022). Di sisi lain, ekonomi digital masih berkembang, dan digitalisasi bisnis di era Revolusi Industri Keempat (IR) 4.0 menyimpang dari apa yang diantisipasi pelaku UMKM sebelumnya. Sinyal ini telah diamati dengan kemajuan besar, dan *Internet of Things* (IoT) telah memengaruhi banyak aspek kehidupan sehari-hari khususnya di bidang ekonomi (Firmansyah et al., 2022).

Kualitas kinerja UMKM dipengaruhi oleh berbagai karakteristik, antara lain literasi keuangan dan literasi digital. Bisnis yang mengelola dan melaporkan uangnya secara jelas dan akurat akan semakin sukses (Setyanugraha & Hasibun, 2020). Menurut (Hasibuan & Pratiwi, 2021) literasi keuangan yang buruk telah terbukti menyebabkan perencanaan keuangan yang salah dan membuat lebih sulit untuk mencapai kesejahteraan ketika seseorang tidak lagi mampu bekerja. Literasi keuangan yang rendah menjadi contoh masalah dengan pemahaman, sudut pandang, dan perilaku keuangan publik. Karena berdampak buruk pada perilaku keuangan,

rendahnya tingkat literasi keuangan pemilik UMKM tidak hanya menjadi masalah saat ini tetapi akan mempengaruhi masyarakat di masa depan (Rosa *at al.*, 2022).

Sebagai elemen penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian, UMKM juga tidak terlepas dari tantangan perkembangan ekonomi digital yang berperan secara efektif untuk memasarkan barang dan jasa (Rosa *at al.*, 2022). Penggunaan strategi pemasaran berbasis teknologi digital merupakan salah satu solusi yang dapat memberikan harapan baru bagi UMKM untuk tumbuh sebagai kekuatan ekonomi. Tingkat kesiapan menggunakan teknologi dan cara mendigitalkan berbagai proses bisnis, dilihat dari tingkat kesadaran digital yang dapat digunakan untuk menilai kemampuan keterlibatan UMKM dalam menggunakan teknologi digital.

Beberapa temuan dari studi sebelumnya yang mengkaji hubungan antara literasi keuangan dan literasi digital mampu berperan penting dalam mendukung kinerja UMKM (Rosa *at al.*, 2022, Octavina and Rita 2021, Septiani and Wuryani 2020). Namun demikian berbeda dengan hasil temuan penelitian yang dilakukan oleh (Fitriasari *et al.* 2021, Shofiatul Mila 2022), kinerja UMKM tidak terkait dengan literasi keuangan dan literasi digital. Dengan demikian tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara literasi keuangan, literasi digital, dan kinerja UMKM berdasarkan perbedaan temuan penelitian sebelumnya.

## STUDI LITERATUR

### Literasi Keuangan

Literasi keuangan mengacu pada kemampuan seseorang atau komunitas untuk mengelola keuangan mereka secara efektif sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan mereka (Rosa *at al.*, 2022). Konsumen, penyedia layanan keuangan, dan pemerintah semuanya bergantung pada stabilitas dan pertumbuhan keuangan untuk berfungsi secara efektif. Keputusan pembelian yang berfokus pada kualitas akan dihasilkan dari literasi keuangan yang kuat, yang juga mengurangi kemungkinan membuat pilihan yang buruk tentang masalah ekonomi dan keuangan (Iko Putri Yanti, 2019). Dengan melakukan perencanaan keuangan yang memperhatikan berbagai aspek, seperti upaya pelaku untuk memiliki perencanaan keuangan yang baik dari sisi pendapatan maupun pengeluaran yang jelas, memiliki tabungan dan investasi, serta kemudahan dalam mengajukan permohonan kredit ke lembaga keuangan, literasi keuangan dalam pengelolaan keuangan UMKM dapat ditingkatkan (Susanti *et al.*, 2018).

### Literasi Digital

Literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis, dan mengevaluasi informasi untuk membangun pengetahuan baru, berkreasi, dan berinteraksi dengan orang lain (Setyaningsih *et al.*, 2019). Untuk mempersiapkan kedatangan generasi Z (Gen-Z) di abad ke-21, di mana pasar digital akan tumbuh lebih signifikan, literasi digital semakin penting di kalangan UMKM. Selain itu, peningkatan literasi digital UMKM membuka jalan bagi transformasi digital yang adil, yang pada gilirannya memberikan efek positif yang lebih besar pada dukungan ekonomi makro perekonomian negara (Pakidulan *et al.*, 2021).

### Kinerja UMKM

Kinerja adalah kapasitas perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Saat mengevaluasi kinerja, seperti tingkat pencapaian atau keberhasilan suatu perusahaan, diperlukan metrik. UMKM harus berkinerja baik di segala bidang, termasuk keuangan, produksi, distribusi, dan pemasaran, agar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya, tumbuh, dan melayani kepentingan semua UMKM dengan sebaik-baiknya (Septiani & Wuryani, 2020). Pelaku UMKM

harus terampil dalam mengelola keuangan perusahaannya agar dapat memberikan kinerja yang berkualitas. UMKM yang berprestasi akan berdaya saing tinggi. Diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas untuk mewujudkannya. Selain itu, mereka harus inventif dan kreatif untuk merancang strategi pemasaran yang sukses yang menghasilkan kinerja perusahaan yang kuat untuk mengembangkan pelaku UMKM. Jika pelaku usaha tidak mampu mengiklankan produk dengan baik, UMKM akan kesulitan untuk berkembang (Suindari & Juniariani, 2020). Diharapkan pula dengan kinerja yang kuat, UMKM akan berkembang menjadi tulang punggung ekonomi yang lebih kuat dan berperan lebih besar dalam perekonomian nasional secara keseluruhan (Kasendah et al., 2019).

### **Literasi Keuangan dan Kinerja UMKM**

Literasi keuangan merupakan kapasitas individu atau kelompok untuk mengelola keuangan mereka dengan bijaksana sesuai dengan kebutuhan mereka dan lingkungan ekonomi tempat mereka tinggal (Septiani & Wuryani, 2020). Pemahaman literasi keuangan sangat penting bagi pelaku usaha, terutama bagi pemilik UMKM. Namun dalam praktiknya, masih banyak pelaku UMKM yang sering gagal karena tidak mampu mengelola usahanya dengan sukses akibat kurangnya literasi keuangan. Dalam mengelola bisnis, manajemen keuangan harus diperhitungkan. Karena pentingnya pengelolaan keuangan, yang sering diabaikan oleh pemilik UMKM, pengelolaan keuangan merupakan masalah yang signifikan dalam UMKM. Agar pelaku UMKM dapat mengelola dan memanfaatkan aset mereka secara efektif, pengetahuan manajemen keuangan juga penting (Sumelka, 2016). Menurut (Iko Putri Yanti, 2019) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa Kinerja UMKM dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh literasi keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja UMKM akan sangat meningkat jika pelaku UMKM terus meningkatkan literasi keuangan.

H1 : Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM

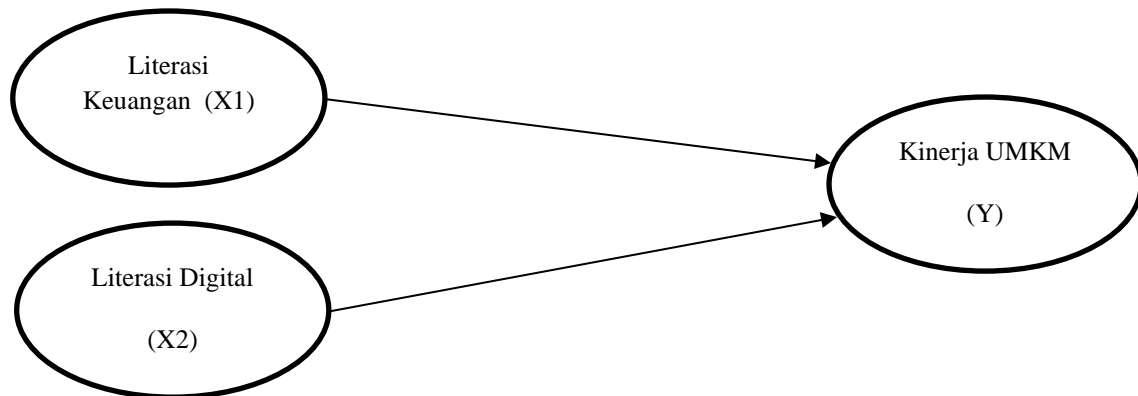
### **Literasi Digital dan Kinerja UMKM**

Kurangnya pengetahuan UMKM terhadap memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produk/jasa merupakan tantangan tersendiri bagi UMKM. (Garzoni et al., 2020), menyatakan bahwa tingkat kesiapan penggunaan teknologi dan cara mendigitalkan berbagai proses bisnis dapat dinilai dari tingkat kesadaran digital, tingkat kemampuan investigasi digital, kolaborasi digital, dan kemampuan transformasi digital. Pemahaman literasi digital dan TIK berdampak positif bagi pelaku usaha karena menunjukkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Hal ini menunjukkan bahwa apa yang diantisipasi dalam hal kualitas pelayanan sesuai dengan apa yang dirasakan konsumen, sehingga menimbulkan perasaan puas terhadap tingkat pelayanan yang diterima (Tahir et al., 2021).

H2 : Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM

### **Kerangka Konseptual**

Berdasarkan uraian pengembangan hipotesis seinggga dapat digambarkan kerangka konseptua dalam penelitian (gambar 1).



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

## METODE

### Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif sebagai strategi penelitian utamanya. Penelitian kuantitatif adalah suatu jenis penelitian yang menggabungkan hubungan antar variabel yang terlibat di dalamnya untuk mengumpulkan data tentang fakta dan karakteristik dari item yang diteliti, yang kemudian dianalisis dengan menggunakan teori dan literatur yang relevan (Sari & Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik dan pengelola dari bisnis yang bergerak disalah satu sub sektor industri kreatif dengan skala usaha mikro kecil menengah yang berlokasi di Luwu Utara di khususnya di kecamatan Masamba. Populasi adalah seluruh objek atau topik yang ada di wilayah studi dan telah memenuhi segala syarat yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi lalu diambil kesimpulannya (Hamid & Patra, 2019). Sejak tahun 2016 sekitar 12807 UMKM yang terdaftar di Dinas Perdagangan, perindustrian, koperasi dan UKM Luwu Utara. Karena besarnya jumlah populasi, maka sampel perlu dibatasi dalam pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel adalah random sampling, yaitu pengambilan sampel secara acak terhadap populasi yang ditentukan. Ukuran sampel minimal adalah 10 kali jumlah item pengukuran yang disediakan dalam penelitian karena jumlah populasi yang signifikan yang jumlahnya tidak diketahui secara langsung (Hair *et al.*, 2017). Dalam penelitian ini menggunakan 10 indikator pengukuran, sehingga minimum sampel yang diperoleh ( $10 \times 10 = 100$ ).

Tabel 1. Indikator Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel	Item	Indikator	Sumber
Literasi Keuangan (X1)	Pengetahuan umum keuangan	LK1	(Rosa, <i>at al.</i> , 2022)
	Tabungan dan Pinjaman	LK2	
	Perilaku keuangan	LK3	(Amelia, <i>at al.</i> , 2022)
	Sikap Keuangan	LK4	
Literasi Digital (X2)	Kemampuan bekerja menggunakan Media Digital	LD1	(Amelia, <i>at al.</i> , 2022)
	Frekuensi bekerja menggunakan Media Digital	LD2	
	Antusiasme dan Produktivitas	LD3	
Kinerja UMKM (Y)	Pertumbuhan Jumlah Pelanggan	K1	(Septiani & Wuryani, 2020)
	Pertumbuhan Jumlah Penjualan	K2	
	Pertumbuhan keuntungan	K3	

### Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner online yang dibagikan kepada responden. Pendapat responden diukur

dengan skala likert lima skor. Skor 5 untuk pendapat sangat setuju, skor 4 untuk pendapat setuju, skor 3 untuk pendapat netral, skor 2 untuk pendapat tidak setuju dan skor 1 untuk pendapat sangat tidak setuju.

### Metode Analisis

Sebelum melakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu kita harus melakukan pengujian terhadap kualitas item pernyataan penelitian. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap semua item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini. Tahap ini diperlukan untuk memastikan kualitasnya. Untuk menentukan sah atau tidaknya suatu survei, digunakan uji validitas (Alhamdi, 2018), yang digunakan dalam uji validitas yaitu *Confirmatory Factors Analysis* (CFA). Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Kaiser Meyer Olkin Measure of Samling* (KMO) dan *Barlett Test of Spehericity* dengan menggunakan aplikasi SPSS Versi 24. Nilai *Rule of Thumb* yang digunakan yaitu  $KMO > 0,5$ . Kemudian untuk menguji reliabilitas instrumen pengukuran prosedur *Chornbachs Alpha* dengan mengacu pada *rule of thumb* ( $\alpha > 0,60$ ). Dalam tahap pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda.

## HASIL

### Gambaran Umum Responden

Berikut (tabel 2) merupakan gambaran umum dari responden yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari jenis usaha, lama usaha dan pendapatan perbulan dari usaha.

Tabel 2. Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Total	Persentase
1	<b>Jenis Usaha</b>		
	Kuliner	43	43
	Fashion	21	21
	Kecantikan	14	14
	Otomotif	3	3
	Lainnya	19	19
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
2	<b>Lama Usaha</b>		
	Kurang dari 1 Tahun	30	30
	1 – 5 Tahun	38	38
	Lebih dari 5 Tahun	32	32
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
3	<b>Pendapatan Perbulan dari Usaha</b>		
	Kurang dari 2 Juta	25	25
	2 - 5 Juta	38	38
	5 – 10 Juta	25	25
	Lebih dari 10 juta	12	12
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : data primer diolah

Tabel 2 menunjukkan bahwa berdasarkan jenis usaha dapat diketahui jenis usaha yang mendominasi yaitu usaha kuliner dengan persentase 43%. Untuk lama usaha terlihat yang mendominasi yaitu kurun usaha dengan waktu 1 – 5 tahun dengan jumlah persentase sebanyak 38%. Selanjutnya untuk pendapatan perbulan dari usaha yang mendominasi yaitu dengan jumlah kisaran pendapatan 2 – 5 juta perbulan dengan persentase 38%.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas untuk uji variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

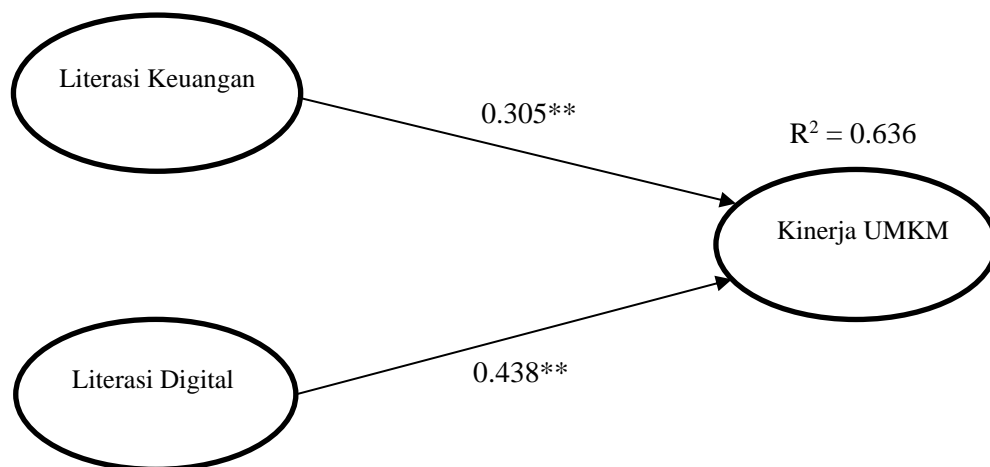
Konstruk	Indikator	<i>Anti Image</i>	KMO	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Literasi Keuangan	LK1	0.884	0.697	0.811	Valid dan Reliabel
	LK2	0.686			
	LK3	0.638			
	LK4	0.694			
Literasi Digital	LD1	0.693	0.717	0.826	Valid dan Reliabel
	LD2	0.713			
	LD3	0.753			
Kinerja UMKM	K1	0.753	0.741	0.871	Valid dan Reliabel
	K2	0.732			
	K3	0.737			

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan hasil analisis untuk uji validitas dan reliabilitas pada (tabel 3) dapat diperoleh informasi bahwa untuk konstruk dan keseluruhan dari 10 indikator terkategori valid dan reliabel.

### Uji Hipotesis

Adapun hasil perhitungan menggunakan regresi linier dapat dilihat pada (gambar 2). Pada bagian ini dapat dilihat informasi berupa nilai koefisien regresi, nilai signifikan, dan nilai koefisien determinasi.



Catatan: \*\* Koefisien signifikan pada tingkat alpha 5 persen

Gambar 2. Uji Hipotesis

Berdasarkan (gambar 2) dapat diperoleh informasi bahwa literasi keuangan dan literasi digital berdampak positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan nilai probabilitas koefisien sebesar 0.305 dan 0.438 dimana nilai probabilitas 0.068 dan 0.090 lebih kecil dari *level of significance* ( $\alpha = 0.05$ ). Selanjutnya untuk nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ), diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0.636. dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa perubahan kinerja UMKM sangat dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan sebesar 30,5% dan literasi digital sebesar 43,8%.

## PEMBAHASAN

### Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM

Penelitian ini memberikan informasi bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil dari temuan ini membuktikan bahwa literasi keuangan dapat dipercaya dan mampu berperan aktif dalam upaya meningkatkan kinerja UMKM. Dalam hal ini juga dapat disimpulkan bahwa apabila literasi keuangan UMKM ditingkatkan maka dengan demikian kinerja UMKM akan ikut meningkat. UMKM berkinerja lebih baik ketika literasi keuangan mereka lebih tinggi (Septiani & Wuryani, 2020). Penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian Kasendah *et al.* (2019); Iko Putri Yanti (2019), literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

### Literasi Digital terhadap Kinerja UMKM

Penelitian ini membuktikan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak sekedar mengenal media digital, akan tetapi secara mendalam pelaku usaha melibatkan literasi digital dengan kegiatan sehari – hari, terutama dalam menunjang aktivitas bisnis yang dimiliki, termasuk dalam kegiatan promosi ataupun pemasaran melalui media digital sehingga mampu memberikan keuntungan bagi usahanya. Semakin sering pelaku usaha menggunakan media sosial untuk promosi, maka semakin banyak keuntungan yang diperoleh (Zahro, 2019). Penelitian ini sejalan dengan hasil temuan penelitian Amelia *et al.*, (2022), literasi digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa literasi keuangan dan literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, sehingga kedua hipotesis di terima. Informasi dari hasil temuan menunjukkan bahwa kinerja UMKM yang meningkat di pengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya ialah literasi keuangan dan literasi digital. Dengan demikian kondisi ini tentunya menjadi prioritas bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan literasi keuangan dan literasi digital. Hasil temuan ini memberikan informasi bahwa literasi keuangan dan literasi digital merupakan elemen penting yang mampu meningkatkan kinerja UMKM.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa kelemahan. Pertama, penelitian ini hanya dilakukan pada kabupaten Luwu Utara yang di khususkan pada kecamatan Masamba. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jangkauan, misalnya penelitian dilakukan di dua Kabupaten atau lebih, atau jika memungkinkan di Provinsi Sulawesi Selatan. Kedua, penelitian ini hanya berfokus pada pelaku UMKM. Disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk menambah jumlah obyek dalam penelitiannya seperti mahasiswa, ibu rumah tangga atau karyawan. Ketiga, jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan sampel minimum. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan lebih banyak jumlah sampel dengan kisaran 300 sampai 500 sampel.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan yang diberikan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia melalui Program Matching Fund, Kedaireka dan Chalodo Sibali resoe. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Palopo yang mendukung kegiatan penelitian dan publikasi yang dilakukan selama kegiatan. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing dan responden yang telah membantu memberikan arahan dan informasi, serta semua pihak yang terlibat dalam kegiatan penelitian ini.

### REFERENSI

- Alhamdi, R. (2018). Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Moderasi Di Patra Semarang Convention Hotel. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(1), 130–137. <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i1.1877>
- Amelia, S. R., Fitriana, A., & Akbar, D. (2022). *Jurnal E-Bis : Ekonomi Bisnis Literasi Digital Dan Literasi Keuangan Wirausaha Wanita Dalam Pengelolaan Bisnis Online Pada Pertumbuhan Ekonomi Daerah Kabupaten*. 6(2), 426–437.
- Firmansyah, D., Suryana, A., Rifa'i, A. A., & Dr, D. (2022). Pmd (Pelatihan Media Digital) Sektor Usaha Mikro Dan Kecil Handycraft Bambu Di Kaa Sukabumi Guna Meningkatkan Pemasaran Online Berbasis Marketplace Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(10), 2805–2816.
- Fitriasari, P., Himawan, B., Yanida, M., & Widyatama, A. (2021). Apakah Literasi Keuangan Dan Inovasi Digital Mampu Meningkatkan Kinerja UMKM Saat Menghadapi Covid – 19? *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 11(2), 195–202. <https://doi.org/10.37859/jae.v11i2.2833>
- Garzoni, A., De Turi, I., Secundo, G., & Del Vecchio, P. (2020). Fostering digital transformation of SMEs: a four levels approach. *Management Decision*, 58(8), 1543–1562. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2019-0939>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks. Sage, 165.
- Hamid, R. S., & Patra, I. K. (2019). *Pengantar Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*.
- Hasibuan, R. R., & Pratiwi, A. R. (2021). Antecedent Repurchase Intention Aplikasi Shopee Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Di Kabupaten Banyumas. *Tirtayasa Ekonomika*, 16(2), 253. <https://doi.org/10.35448/jte.v16i2.10514>
- Iko Putri Yanti, W. (2019). Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Moyo Utara. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.305>
- Kasendah, B. S., Wijayangka, C., Bisnis, P. A., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2019). *Kasendah literasi keuangan*. 3(1), 153–160.
- Octavina, L., & Rita, M. (2021). Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan : Studi pada masa pandemi Covid-19. *STIE Perbanas Press 2021*, 11, 73–92. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>
- Pakidulan, U. S., Setiawan, T., Susetyo, D. P., & Pranajaya, E. (2021). Edukasi Literasi Digital: Pendampingan Transformasi Digital Pelaku UMKM Sukabumi Pakidulan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(7), 1599–1606.



- Rosa, Y. Del, Idwar, I., & Abdilla, M. (2022). Literasi Keuangan dan Literasi Digital UMKM Kuliner Kota Padang Sebagai Penggerak Pemulihan Ekonomi Masa Pandemi Global Covid 19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 24(1), 242–258. <https://doi.org/10.47233/jebd.v24i1.352>
- Saepuloh, D., Firmansyah, D., Susetyo, D. P., & Suryana, A. (2022). Quadruple Helix Collaboration Concept As An Economic Recovery Solution After COVID-19. *Economica*, 10(2), 1–14. <https://ejournal.upgrisba.ac.id/index.php/economica/article/view/4636>
- Sari, L. R., & Sugiyono. (2016). Pengaruh Npm, Roe, Eps Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Farmasi Di Bei. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol.5, 1–18.
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3214. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p16>
- Setyaningsih, R., Abdullah, A., Prihantoro, E., & Hustinawaty, H. (2019). Model Penguatan Literasi Digital Melalui Pemanfaatan E-Learning. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6), 1200. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.333>
- Setyanugraha, R. S., & Hasibun, R. R. (2020). *Anteseden Loyalitas Konsumen Dariraha Pemberian Layanan Produk Internet Pt . Laxo*. 5(Mei 2019), 21–30.
- Shofiatul Mila, S. A. N. (2022). *Peran Literasi dan Inovasi Digital dalam Meningkatkan Business Performance da Business pada UMKM di Kabupaten Pekalongan*. 18(02), 212–227.
- Suindari, N. M., & Juniariani, N. M. R. (2020). Pengelolaan Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Strategi Pemasaran Dalam Mengukur Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 148–154. <https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1423.148-154>
- Sumelka, W. (2016). Fractional calculus for continuum mechanics - Anisotropic non-locality. *Bulletin of the Polish Academy of Sciences: Technical Sciences*, 64(2), 361–372. <https://doi.org/10.1515/bpasts-2016-0041>
- Susanti, A., Ismunawan, ., Pardi, ., & Ardyan, E. (2018). Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan, dan Perencanaan Keuangan terhadap Perilaku Keuangan UMKM di Surakarta. *Telaah Bisnis*, 18(1), 45–56. <https://doi.org/10.35917/tb.v18i1.93>
- Tahir, T., Ihsan Said Ahmad, M., Rijal, S., & Hasan, M. (2021). Perilaku Berwirausaha UMKMSektor Kuliner dalam Perspektif Literasi Digital. *Proceeding Seminar Nasional Teknologi Pendidikan*, 1 no 8, 144–154.
- Wahdiniwaty, R., Firmansyah, D., Suryana, A., & Achmad, A. (2022). *Mystery in Marketing Management Products Post COVID-19 as a Model of Survival Strategy Towards the Awakening of Micro Small and Medium Enterprises ( MSMEs ) in the Digital Economy Era Abstrak*. 4(1), 187–210. <https://doi.org/10.15575/ks.v4i1.17397>
- Zahro, E. K. (2019). *Kemampuan Literasi Digital untuk Meningkatkan Keuntungan Usaha pada Kalangan Pelaku Usaha Skala Kecil di Kota Surabaya*.
- Alhamdi, R. (2018). Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Moderasi Di Patra Semarang Convention Hotel. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(1), 130–137. <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i1.1877>
- Amelia, S. R., Fitriana, A., & Akbar, D. (2022). *Jurnal E-Bis : Ekonomi Bisnis Literasi Digital Dan Literasi Keuangan Wirausaha Wanita Dalam Pengelolaan Bisnis Online Pada*

*Pertumbuhan Ekonomi Daerah Kabupaten. 6(2), 426–437.*

- Firmansyah, D., Suryana, A., Rifa'i, A. A., & Dr, D. (2022). Pmd (Pelatihan Media Digital) Sektor Usaha Mikro Dan Kecil Handycraft Bambu Di Kaa Sukabumi Guna Meningkatkan Pemasaran Online Berbasis Marketplace Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(10)*, 2805–2816.
- Fitriasari, P., Himawan, B., Yanida, M., & Widyatama, A. (2021). Apakah Literasi Keuangan Dan Inovasi Digital Mampu Meningkatkan Kinerja UMKM Saat Menghadapi Covid – 19? *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika, 11(2)*, 195–202. <https://doi.org/10.37859/jae.v11i2.2833>
- Garzoni, A., De Turi, I., Secundo, G., & Del Vecchio, P. (2020). Fostering digital transformation of SMEs: a four levels approach. *Management Decision, 58(8)*, 1543–1562. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2019-0939>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks. Sage, 165.
- Hamid, R. S., & Patra, I. K. (2019). *Pengantar Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*.
- Hasibuan, R. R., & Pratiwi, A. R. (2021). Antecedent Repurchase Intention Aplikasi Shopee Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Di Kabupaten Banyumas. *Tirtayasa Ekonomika, 16(2)*, 253. <https://doi.org/10.35448/jte.v16i2.10514>
- Iko Putri Yanti, W. (2019). Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Moyo Utara. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 2(1)*. <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.305>
- Kasendah, B. S., Wijayangka, C., Bisnis, P. A., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2019). *Kasendah literasi keuangan. 3(1)*, 153–160.
- Octavina, L., & Rita, M. (2021). Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan : Studi pada masa pandemi Covid-19. *STIE Perbanas Press 2021, 11*, 73–92. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>
- Pakidulan, U. S., Setiawan, T., Susetyo, D. P., & Pranajaya, E. (2021). Edukasi Literasi Digital: Pendampingan Transformasi Digital Pelaku UMKM Sukabumi Pakidulan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(7)*, 1599–1606.
- Rosa, Y. Del, Idwar, I., & Abdilla, M. (2022). Literasi Keuangan dan Literasi Digital UMKM Kuliner Kota Padang Sebagai Penggerak Pemulihan Ekonomi Masa Pandemi Global Covid 19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas, 24(1)*, 242–258. <https://doi.org/10.47233/jebd.v24i1.352>
- Saepuloh, D., Firmansyah, D., Susetyo, D. P., & Suryana, A. (2022). Quadruple Helix Collaboration Concept As An Economic Recovery Solution After COVID-19. *Economica, 10(2)*, 1–14. <https://ejournal.upgrisba.ac.id/index.php/economica/article/view/4636>
- Sari, L. R., & Sugiyono. (2016). Pengaruh Npm, Roe, Eps Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Farmasi Di Bei. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol.5*, 1–18.
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 9(8)*, 3214. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p16>
- Setyaningsih, R., Abdullah, A., Prihantoro, E., & Hustinawaty, H. (2019). Model Penguatan Literasi Digital Melalui Pemanfaatan E-Learning. *Jurnal ASPIKOM, 3(6)*, 1200.

<https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.333>

- Setyanugraha, R. S., & Hasibun, R. R. (2020). *Anteseden Loyalitas Konsumen Dariraha Pemberian Layanan Produk Internet Pt . Laxo*. 5(Mei 2019), 21–30.
- Shofiatul Mila, S. A. N. (2022). *Peran Literasi dan Inovasi Digital dalam Meningkatkan Business Performance da Business pada UMKM di Kabupaten Pekalongan*. 18(02), 212–227.
- Suindari, N. M., & Juniariani, N. M. R. (2020). Pengelolaan Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Strategi Pemasaran Dalam Mengukur Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 148–154. <https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1423.148-154>
- Sumelka, W. (2016). Fractional calculus for continuum mechanics - Anisotropic non-locality. *Bulletin of the Polish Academy of Sciences: Technical Sciences*, 64(2), 361–372. <https://doi.org/10.1515/bpasts-2016-0041>
- Susanti, A., Ismunawan, ., Pardi, ., & Ardyan, E. (2018). Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan, dan Perencanaan Keuangan terhadap Perilaku Keuangan UMKM di Surakarta. *Telaah Bisnis*, 18(1), 45–56. <https://doi.org/10.35917/tb.v18i1.93>
- Tahir, T., Ihsan Said Ahmad, M., Rijal, S., & Hasan, M. (2021). Perilaku Berwirausaha UMKMSektor Kuliner dalam PerspektifLiterasi Digital. *Proceeding Seminar Nasional Teknologi Pendidikan*, 1 no 8, 144–154.
- Wahdiniwaty, R., Firmansyah, D., Suryana, A., & Achmad, A. (2022). *Mystery in Marketing Management Products Post COVID-19 as a Model of Survival Strategy Towards the Awakening of Micro Small and Medium Enterprises ( MSMEs ) in the Digital Economy Era Abstrak*. 4(1), 187–210. <https://doi.org/10.15575/ks.v4i1.17397>
- Zahro, E. K. (2019). *Kemampuan Literasi Digital untuk Meningkatkan Keuntungan Usaha pada Kalangan Pelaku Usaha Skala Kecil di Kota Surabaya*.