

PENGARUH PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI, LITERASI KEUANGAN, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA PADA UMKM DI KABUPATEN SUKOHARJO

Berlianna Harka Putri Zalzabilla¹⁾, Yuwita Ariessa Pravasanti²⁾, Indra Lila Kusuma³⁾

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

¹Email: berliannaharka34@gmail.com

²Email: yuwita.ariessa.pravasanti@gmail.com

³Email: i_lilakusuma@yahoo.com

Abstract

This study examines the effect of accounting information system utilization, financial literacy, and social media on the performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sukoharjo Regency. A quantitative research approach was adopted using primary data collected through questionnaires administered to MSME owners. The sample consisted of 100 respondents, determined using the Slovin formula. The collected data were analyzed through validity and reliability tests, followed by classical assumption tests, including normality, multicollinearity, heteroscedasticity, and autocorrelation tests. Hypothesis testing was performed using multiple linear regression analysis, supported by the t-test, F-test, and the coefficient of determination (Adjusted R²). The findings reveal that the utilization of accounting information systems and financial literacy positively and significantly affect MSME performance in Sukoharjo Regency. In contrast, social media demonstrates a positive but statistically insignificant effect on MSME performance. Furthermore, the F-test indicates that accounting information systems, financial literacy, and social media collectively have a significant influence on MSME performance. These findings suggest that strengthening the implementation of accounting information systems and improving financial literacy can contribute to better MSME performance, whereas the current use of social media has not yet produced a significant impact.

Keywords: Accounting Information System, Financial Literacy, MSME Performance, Social Media

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang penting dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan perekonomian Indonesia, terutama sejak masa pemulihan pascakrisis moneter 1997. Data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2022), mengindikasikan bahwa UMKM merupakan sektor yang mendominasi sekitar 99% unit usaha di Indonesia, dengan peran menyumbang 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 96,9% dari total tenaga kerja. Seiring dengan meningkatnya persaingan global serta pesatnya perkembangan teknologi digital, UMKM dituntut meningkatkan daya saing melalui efisiensi operasional dan pengelolaan usaha yang lebih baik. Namun, dalam praktiknya sebagian besar UMKM masih dihadapkan pada berbagai hambatan, seperti sulitnya memperoleh akses pembiayaan, rendahnya kapasitas manajerial, pencatatan keuangan yang belum memadai, serta terbatasnya penggunaan teknologi informasi dalam menjalankan usaha.

Kabupaten Sukoharjo menjadi salah satu wilayah di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki jumlah UMKM yang tinggi, yaitu 210.864 unit usaha pada tahun 2025, meningkat

dari 208.725 unit pada tahun 2024 menurut Badan Pusat Statistik. Meskipun jumlahnya terus bertambah, peningkatan tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh perbaikan kinerja usaha. Sebagian besar pelaku UMKM di wilayah ini masih menggunakan metode pencatatan keuangan yang sederhana, memiliki literasi keuangan yang rendah dalam mengelola modal dan arus kas, serta penggunaan media sosial sebagai media pemasaran masih belum dilakukan secara optimal.

Kinerja UMKM merupakan salah satu tolok ukur utama keberhasilan usaha dan kemampuannya bertahan dalam persaingan (Hoiron dkk., 2018). Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) menjadi salah satu faktor yang diperkirakan memengaruhi kinerja UMKM. Melalui SIA, data transaksi dapat diolah menjadi informasi keuangan yang dapat dipercaya, relevan, serta disajikan secara tepat waktu sehingga memudahkan manajemen dalam mengambil keputusan yang tepat (Krismiaji, 2015). Selain SIA, literasi keuangan turut berperan penting karena memengaruhi kemampuan pelaku usaha dalam merencanakan, mencatat, dan mengendalikan keuangan usaha guna mencapai kesejahteraan (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Faktor ketiga adalah pemanfaatan media sosial, yang di era digital menjadi sarana strategis bagi UMKM untuk memperluas pemasaran dan membangun interaksi dengan pelanggan tanpa terbatas oleh wilayah geografis.

Hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan temuan yang beragam mengenai pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, literasi keuangan, dan media sosial terhadap kinerja UMKM. Farina & Opti (2022) mengungkapkan bahwa penerapan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) memberikan pengaruh positif terhadap kinerja UMKM yang berada di Pusat Grosir Cililitan, sedangkan Wahyuni dkk. (2021) menemukan bahwa Sistem Informasi Akuntansi (SIA) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Magelang. Pada variabel literasi keuangan, Wahyuni dkk. (2021) melaporkan pengaruh positif dan signifikan di Kota Magelang, sementara Rani & Desiyanti (2024) menemukan literasi keuangan tidak berpengaruh pada kinerja UMKM makanan dan minuman di Kota Padang. Demikian pula pada variabel media sosial, Lorensa & Hidayah (2022) menemukan pengaruh positif dan signifikan pada UMKM fashion di Jakarta Barat, berbeda dengan temuan Rusdi dkk. (2023) pada UMKM Tenun di Lombok Tengah yang menunjukkan media sosial tidak berpengaruh. Perbedaan hasil ini mengindikasikan adanya research gap yang dipengaruhi oleh karakteristik wilayah, jenis usaha, dan kondisi pelaku UMKM yang berbeda-beda, sehingga perlu dikaji lebih lanjut pada UMKM di Kabupaten Sukoharjo.

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang, penelitian ini dilakukan guna menguji pengaruh pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi, literasi keuangan, dan media sosial terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sukoharjo. Berdasarkan teori Sinulingga dkk. (2024), pemanfaatan SIA yang optimal mempermudah transaksi keuangan dan menghasilkan informasi akurat bagi pengambilan keputusan sehingga kinerja usaha meningkat. *Financial knowledge theory* menjelaskan bahwa kecakapan dalam mengelola keuangan memungkinkan pelaku UMKM untuk mengelola anggaran, mengatur arus kas, dan meminimalkan risiko keuangan dengan lebih optimal. Sementara itu, berdasarkan *technology acceptance model*, keputusan seseorang dalam memanfaatkan teknologi, seperti media sosial, dipengaruhi oleh persepsi terhadap kemudahan penggunaan serta manfaat yang dirasakan dalam menunjang aktivitas pemasaran. Berdasarkan teori tersebut, dirumuskan tiga hipotesis pada penelitian ini: H1, pemanfaatan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM; H2, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM; dan H3, media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian meliputi seluruh pemilik UMKM di Kabupaten Sukoharjo sebanyak 210.864 unit usaha. Penetapan jumlah responden dilakukan dengan berdasarkan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10%, maka sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Selanjutnya, data dikumpulkan dengan membagikan kuesioner tertutup dan menggunakan skala Likert empat poin, yaitu 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 4 (Sangat Setuju) (Sugiyono, 2019).

Penelitian yang dilakukan melibatkan tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi (X1) diukur melalui enam indikator, meliputi orang yang menggunakan sistem, prosedur dan instruksi, data organisasi dan aktivitas bisnis, perangkat lunak yang digunakan, infrastruktur teknologi informasi, serta pengendalian internal dan pengukuran keamanan (Krismiaji, 2015). Literasi keuangan (X2) diukur melalui enam indikator, yaitu perencanaan keuangan, pencatatan keuangan, pemahaman sumber pendanaan, pemahaman istilah usaha, keterampilan keuangan dan informasi, serta manajemen risiko (Galang, 2017). Media sosial (X3) diukur melalui lima indikator, yaitu interaktivitas, efektivitas biaya, kompatibilitas, kepercayaan, dan penggunaan media sosial (Nasrullah, 2015). Adapun kinerja UMKM (Y) diukur melalui tujuh indikator, meliputi perkembangan usaha, total pendapatan usaha, jumlah pesanan, posisi kas, inovasi, pengelolaan karyawan dan pelanggan, serta titik impas (Hoiron dkk., 2018).

Data penelitian dianalisis melalui serangkaian tahapan. Tahap pertama adalah menguji kualitas instrumen penelitian menggunakan uji validitas dengan korelasi *Product Moment* dan pengujian reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha, di mana instrumen penelitian dinyatakan reliabel jika memperoleh nilai alpha di atas 0,60 (Ghozali, 2018). Kemudian, data diuji melalui uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov, uji multikolinearitas menggunakan indikator *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser, serta uji autokorelasi menggunakan statistik Durbin-Watson. hipotesis penelitian dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, kemudian dilanjutkan dengan uji F guna mengetahui kelayakan model secara keseluruhan, uji t guna menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, dan uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*) guna mengetahui besarnya tingkat penjelasan variabel independen terhadap variabel dependen. Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Hasil deskripsi responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan pelaku UMKM berjenis kelamin perempuan sebanyak 53%, berusia 20–30 tahun sebesar 48%, berpendidikan terakhir SMA/SMK sebesar 48%, memiliki lama usaha 1–5 tahun sebesar 68%, dan mayoritas menjalankan usaha pada sektor kuliner sebesar 59%.

Berdasarkan hasil pengujian, keseluruhan indikator pada variabel Sistem Informasi Akuntansi, literasi keuangan, media sosial, dan kinerja UMKM dinyatakan valid karena menunjukkan nilai *r* hitung (0,540–0,679) yang lebih besar daripada *r* tabel (0,1966). Selain itu, nilai Cronbach's Alpha pada seluruh variabel tercatat lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memenuhi kriteria reliabilitas (Ghozali, 2018).

Hasil uji asumsi klasik mengindikasikan bahwa model regresi telah sesuai dengan ketentuan analisis yang ditetapkan. Uji normalitas melalui metode Kolmogorov-Smirnov memperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Sementara itu, uji multikolinearitas mengindikasikan bahwa semua variabel independen mempunyai nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10, yaitu X1 sebesar 0,916 (VIF 1,092), X2 sebesar 0,892 (VIF 1,121), dan X3 sebesar 0,907 (VIF 1,102). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas. Selain itu, uji heteroskedastisitas menggunakan Glejser memperlihatkan bahwa nilai signifikansi pada seluruh variabel berada di atas 0,05, yaitu X1 sebesar 0,598, X2 sebesar 0,329, dan X3 sebesar 0,389, sehingga tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas. Adapun pengujian autokorelasi menghasilkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,940 yang berada di antara nilai dU (1,736) dan 4 – dU (2,264), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari masalah autokorelasi.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh model persamaan regresi $Y = 5,973 + 0,325X_1 + 0,358X_2 + 0,226X_3 + e$, yang dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 1 Hasil Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien (β)	t hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta	5,973	-	-	-
Pemanfaatan SIA (X1)	0,325	3,188	0,002	Positif & signifikan (H1 diterima)
Literasi Keuangan (X2)	0,358	3,164	0,002	Positif & signifikan (H2 diterima)
Media Sosial (X3)	0,226	1,784	0,078	Positif, tidak signifikan (H3 ditolak)

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS versi 25, 2026

Hasil uji F mengindikasikan bahwa nilai F hitung sebesar 12,430 lebih besar daripada F tabel sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($<0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi, literasi keuangan, dan media sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja UMKM, sehingga model regresi dinyatakan layak untuk digunakan. Selanjutnya, hasil uji t yang dipaparkan pada Tabel 1 mengindikasikan bahwa variabel Sistem Informasi Akuntansi memiliki nilai t hitung sebesar 3,188 dengan signifikansi 0,002, sedangkan variabel literasi keuangan memiliki nilai t hitung sebesar 3,164 dengan signifikansi 0,002. Kedua variabel tersebut memiliki nilai t hitung yang lebih besar daripada t tabel (1,984) dan nilai signifikansi di bawah 0,05, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dan hipotesis kedua (H2) diterima. Sementara itu, variabel media sosial memperoleh nilai t hitung sebesar 1,784 yang lebih kecil daripada t tabel (1,984) dengan nilai signifikansi sebesar 0,078 ($>0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki arah pengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap kinerja UMKM, sehingga hipotesis ketiga (H3) ditolak. Selain itu, nilai *Adjusted R²* sebesar 0,257 mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan sebesar 25,7% variasi kinerja UMKM di Kabupaten Sukoharjo, sedangkan persentase lainnya sebesar 74,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

3.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian, pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sukoharjo. Hasil yang diperoleh ini memperkuat teori Sinulingga dkk. (2024) yang menyatakan bahwa penerapan SIA mempermudah transaksi keuangan, menjaga keamanan data, serta menghasilkan informasi akurat yang mendukung pengambilan keputusan usaha. Pelaku UMKM yang secara konsisten mencatat setiap transaksi serta menyusun laporan keuangan secara lebih terstruktur cenderung memiliki operasional usaha yang lebih teratur sehingga kinerjanya meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitian Farina & Opti (2022) di Pusat Grosir Cililitan, namun bertentangan dengan Wahyuni dkk. (2021) yang mengindikasikan bahwa SIA tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM di Kota Magelang. Ketidaksamaan temuan tersebut diduga terjadi karena adanya perbedaan karakteristik daerah penelitian dan tingkat pemanfaatan teknologi oleh pelaku UMKM.

Hasil penelitian mengindikasikan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sukoharjo. Temuan ini sejalan dengan *Financial Knowledge Theory* yang menjelaskan bahwa pengetahuan keuangan yang memadai akan membantu pelaku usaha dalam menyusun anggaran, mengelola arus kas, serta mengambil keputusan keuangan secara tepat. Kemampuan literasi keuangan yang baik mendorong pelaku UMKM untuk mengelola keuangan usaha secara lebih tertata, mulai dari memisahkan keuangan pribadi dan usaha, melakukan pencatatan keuangan secara berkala, hingga mengelola usaha dengan lebih efektif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hilmawati dan Kusumaningtias (2021) yang dilakukan di Kota Surabaya. Namun, temuan tersebut berbeda dengan penelitian Rani dan Desiyanti (2024) yang mengungkapkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Padang. Ketidaksamaan hasil temuan tersebut diduga disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden, sektor usaha yang diteliti, serta kondisi lingkungan usaha pada masing-masing wilayah penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sukoharjo. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan media sosial belum mampu mendukung peningkatan kinerja UMKM secara signifikan. Kondisi tersebut sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa penerapan dan pemanfaatan teknologi bergantung pada persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Dalam hasil temuan ini, pemanfaatan media sosial oleh pelaku UMKM diduga belum optimal sebagai sarana pemasaran digital. Selain itu, keterbatasan pengetahuan dalam memanfaatkan berbagai fitur media sosial serta belum optimalnya pengelolaan konten promosi yang menarik kemungkinan menjadi faktor yang menyebabkan media sosial belum mampu meningkatkan kinerja usaha secara signifikan. Hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Lorensa dan Hidayah (2022) pada UMKM *fashion* di Jakarta Barat yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan media sosial terhadap kinerja UMKM. Namun, temuan ini selaras dengan penelitian Rusdi dkk. (2023), yaitu pada UMKM tenun di Lombok Tengah yang menemukan bahwa media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Secara keseluruhan, pengujian pada uji F menunjukkan bahwa kombinasi variabel Sistem Informasi Akuntansi, literasi keuangan, dan media sosial berpengaruh secara simultan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sukoharjo. Besarnya kemampuan model dalam menjelaskan variasi kinerja UMKM ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R²* sebesar 0,257 atau

25,7%. Dengan demikian, masih terdapat 74,3% variasi kinerja UMKM yang dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian, antara lain kualitas sumber daya manusia, inovasi produk, dan akses permodalan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa: (1) pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sukoharjo. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan Sistem Informasi Akuntansi mampu membantu pelaku UMKM dalam mencatat transaksi serta mengelola keuangan usaha secara lebih efektif; (2) literasi keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Kecakapan pemilik usaha dalam mengelola anggaran, arus kas, dan modal usaha mendukung pengambilan keputusan keuangan yang lebih tepat sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha; dan (3) media sosial berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap kinerja UMKM. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran digital oleh sebagian pelaku UMKM di Kabupaten Sukoharjo masih belum optimal, sehingga kontribusinya terhadap peningkatan kinerja usaha belum signifikan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain nilai *Adjusted R²* sebesar 25,7% yang mengindikasikan masih ditemukan pada faktor lain di luar model yang memengaruhi kinerja UMKM, jumlah responden yang terbatas pada 100 pelaku UMKM, serta pengumpulan data yang hanya menggunakan kuesioner. Berdasarkan temuan tersebut, pelaku UMKM di Kabupaten Sukoharjo disarankan untuk terus meningkatkan pemanfaatan sistem informasi akuntansi dan literasi keuangan, serta mengoptimalkan penggunaan media sosial melalui konten yang lebih menarik dan interaksi yang lebih aktif dengan pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain di luar penelitian ini, memperluas cakupan sampel, dan melengkapi teknik pengumpulan data dengan wawancara maupun observasi agar informasi yang diperoleh lebih mendalam dan komprehensif.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terselesaikannya penelitian ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada Ibu Yuwita Ariessa Pravasanti, S.E., M.Si. dan Ibu Indra Lila Kusuma, S.E., M.Si., Ak. selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan, arahan, dan saran yang diberikan selama proses penyelesaian penelitian ini. Apresiasi juga penulis sampaikan kepada Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia, Badan Pusat Statistik (BPS) yang telah menyediakan data pendukung, serta seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Sukoharjo atas kesediaannya berpartisipasi sebagai responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2025). Banyaknya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menurut Kabupaten/Kota.
- Farina, K., & Opti, S. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi dan Penggunaan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 704-713.
- Galang, M. (2017). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

- Ghozali, P. (2018). Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program IBM SPSS 25 (edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hilmawati, M. R. N., & Kusumaningtias, R. (2021). Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 10(1), 135-152.
- Hoiron, M., Wahyudi, E., & Puspitaningtyas, Z. (2018). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Keunggulan Bersaing, dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja UKM (Usaha Kecil, dan Menengah) di Kabupaten Lumajang. *Jurnal Majalah Ilmiah "Dian Ilmu"*, 18(1), 37-53.
- Krismiaji, D. (2015). Sistem Informasi Akuntansi (Empat). Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Lestari, N. A., & Rustiana, S. H. (2019). Pengaruh Persepsi Owner dan Pengetahuan Akuntansi Dalam Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Di Pamulang. *BASKARA Journal of Business & Entrepreneurship Universitas Muhammadiyah Jakarta*, 1(2), 67-80.
- Lorensa, E., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM *Fashion*. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(3), 739-748.
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Simbiosis Rekatama Media.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Revisit Survei Nasional Literasi Inklusi dan Keuangan. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Rani, G. M., & Desiyanti, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Digital Payment terhadap Kinerja UMKM Makanan & Minuman di Kota Padang. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 5(2), 161-174.
- Rusdi, Armiani, & Murjana, I. (2023). Pengaruh Media Sosial, *E-Commerce*, dan *Website* terhadap Kinerja UMKM pada UMKM Tenun di Lombok Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 1(4), 169-177.
- Sinulingga, Y. D. O. B., Siahaan, A. M., & Siboro, D. T. (2024). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kecamatan Kabanjahe. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 332-339.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni, S., Nugroho, W. S., Purwantini, A. H., & Khikmah, S. N. (2021). Pengaruh *E-Commerce*, Budaya Organisasi, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kota Magelang. *Jurnal Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Universitas Tidar*, 287-300.