



Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM

Rizal Ramadhan, Andhika Anandya, Nurleli*

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 12/8/2022
Revised : 25/11/2022
Published : 21/12/2022



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 2
No. : 2
Halaman : 107-114
Terbitan : **Desember 2022**

ABSTRAK

Kota Bandung merupakan salah satu daerah yang berpotensi untuk berkembangnya industri kecil menengah di Jawa Barat. Kota Bandung merupakan salah satu kota yang dijuluki sebagai kota dengan surga kuliner. Laju pertumbuhan ekonomi serta perubahan teknologi dan industri berdampak pada kehidupan manusia khususnya dalam dunia bisnis saat ini. Perkembangan dunia usaha yang salah satunya ditandai dengan banyaknya para pelaku bisnis yang mencoba bisnis kuliner. Kuliner merupakan salah satu jenis usaha yang beberapa tahun terakhir dijadikan sebagai ladang usaha bagi para pengusaha, salah satunya adalah warung kopi. Peneliti mengambil objek penelitian pada unit usaha *Coffee Shop* yang ada di Kecamatan X. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Literasi keuangan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM. Objek yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah Literasi keuangan, Penggunaan Media Sosial, dan Kinerja UMKM. Subyek penelitian ini adalah pemilik/pengelola *Coffee Shop* di Kecamatan X. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Kata Kunci : Literasi Keuangan; Penggunaan Media Sosial; Kinerja UMKM .

ABSTRACT

The city of Bandung is one of areas that has potential for the development of small and medium industries in West Java. The city of Bandung is one of cities dubbed as a city with culinary heaven. The rate of economic growth as well as changes in technology and industry have an impact on human life, especially in today's business world. Culinary is one type of business that in recent years has been used as a business field for entrepreneurs, one of which is a coffee shop. The researcher took the research object in the coffee shop business unit in the X sub-district. The purpose of this study is to determine the effect of Financial Literacy and the Use of Social Media on MSME Performance. The objects that become variables in this study are Financial Literacy, Use of Social Media, and MSME Performance. The subject of this research is the owner/manager of the Coffee Shop in X District. Data collection was carried out using a questionnaire. Hypothesis testing using multiple regression analysis. The results of hypothesis testing show that financial literacy and use of social media affect the performance of MSMEs.

Keywords : Financial Literacy; Use of Social Media; MSME Performance.

© 2022 Jurnal Riset Akuntansi Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di masyarakat saat ini tidak mungkin diberantas atau dihilangkan. Di Provinsi Jawa Barat, Kota Bandung merupakan salah satu daerah yang memiliki kemampuan untuk mendorong pertumbuhan perusahaan kecil dan menengah. Salah satu kota yang mendapat julukan sebagai kota surga gastronomi adalah kota Bandung. Dalam dunia bisnis modern, laju pertumbuhan ekonomi, serta kemajuan teknologi dan industri, semuanya berpengaruh pada keberadaan manusia. Hal ini terutama berlaku di bidang perdagangan. Evolusi dunia bisnis, salah satunya ditunjukkan dengan semakin banyaknya pebisnis yang merambah industri restoran. Dalam beberapa tahun terakhir, kuliner semakin populer sebagai pilihan area bisnis bagi calon pemilik perusahaan. Salah satu contohnya adalah pembukaan kedai kopi.

Saat ini jumlah kedai kopi di Kota Bandung tergolong tinggi. Hal ini dibuktikan melalui penelusuran jumlah kedai kopi yang dilakukan peneliti menggunakan Google Maps di 30 kecamatan di Kota Bandung, menunjukkan jumlah kedai kopi yang ada sebanyak 397 unit. Ini tersebar di 28 kecamatan di Kota Bandung. Berikut ini adalah grafik kolom yang menunjukkan warung kopi di setiap kecamatan di kota Bandung.

Peneliti memilih untuk melakukan penelitian pada unit usaha kedai kopi yang berada di Kecamatan X. Peneliti kemudian menggunakan kriteria berikut untuk memilih subjek penelitian: Usaha Kecil (UK), yang juga termasuk Usaha Mikro (UMI), didefinisikan sebagai perusahaan komersial yang memiliki volume penjualan tahunan tidak lebih dari Rp. 1.000.000.000 dan kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk nilai properti atau bangunan yang digunakan sebagai tempat perusahaan (Imratussoleha, 2021). Sedangkan Usaha Menengah (UM) didefinisikan sebagai usaha komersial yang dimiliki oleh penduduk Indonesia dan memiliki kekayaan bersih antara Rp. 200.000.000 dan Rp. 10.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan. (Aufar, 2013).

Misi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah memperluas dan mengembangkan perusahaannya agar dapat berkontribusi dalam pembangunan ekonomi nasional berdasarkan demokrasi ekonomi (UU 20 Tahun 2008). Hal ini menjadi aset penting bagi pembangunan berkelanjutan perekonomian Indonesia, khususnya usaha mikro dan kecil yang juga telah membuktikan diri sebagai pilar ekonomi yang kuat, mampu bertahan dari krisis ekonomi, dan terus berkembang hingga saat ini. Namun, terlepas dari kontribusi UMKM dalam perekonomian yang besar, belum tentu kinerja UMKM di Indonesia memiliki kinerja yang baik (Wardi & Susanto, 2015).

Dikutip dari Hadyan *et al.* (2022) umumnya, terdapat kendala bagi UMKM untuk berkembang karena penyelesaian masalah konvensional yang tidak lengkap, misalnya masalah kompetensi sumber daya manusia, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran dan lain-lain yang berkaitan dengan bisnis, sehingga sulit untuk bersaing dengan perusahaan besar (Suryandani & Muniroh, 2020). Berbagai upaya maksimal yang diperlukan dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan UMKM. Salah satu caranya adalah dengan memperluas pengetahuan pengelolaan keuangan pelaku UMKM.

Fenomena kinerja UMKM yang menegaskan bahwa sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di tanah air masih tertinggal jauh dibandingkan para pesaingnya di pasar global (Teten Masduki, 21 Desember 2019) (Nua, 2019). Oleh karena itu, perlu dilakukan langkah-langkah yang disengaja untuk meningkatkan kinerja UMKM dan memastikan keberlangsungannya. Memperoleh lebih banyak pemahaman tentang bagaimana mengelola keuangan secara efektif adalah salah satu pendekatan yang mungkin diambil. Sangat penting bagi para pelaku usaha yang terlibat dalam UMKM untuk memiliki pengetahuan tentang cara mengelola dana.

Peningkatan literasi keuangan masyarakat merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Fransiska, 2022). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2019) yang menunjukkan bahwa dengan adanya pengetahuan, perilaku, dan sikap keuangan yang dimiliki oleh pelaku UMKM akan meningkatkan kinerja. Peningkatan tersebut akan berupa peningkatan pengetahuan dasar keuangan, penyusunan seluruh anggaran dan rencana yang akan dilaksanakan, serta peningkatan kemampuan dalam mengambil keputusan. keputusan, jadi berhati-hatilah saat memutuskan apakah akan mengambil kredit atau utang. Menurut Aribawa (2016), jika pemilik usaha di sektor UMKM memiliki keterampilan literasi keuangan yang memadai, maka bisnis dan keputusan

keuangan yang diambil akan mengarah pada peningkatan pembangunan dari waktu ke waktu. Hal ini pada gilirannya akan meningkatkan kapasitas bisnis untuk bertahan di tengah krisis dan, pada akhirnya, akan membuat bisnis lebih berkelanjutan dalam jangka panjang. Karena itu, ada fenomena yang terkait dengan Literasi Keuangan.

Fenomena yang terjadi terkait dengan literasi keuangan, khususnya isu-isu yang muncul dalam operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang meliputi namun tidak terbatas pada masalah pengelolaan keuangan dan keterbatasan sumber daya, serta akses terhadap modal yang dimiliki oleh pelaku usaha. Salah satu penyebab lembaga keuangan tidak memiliki akses ke sektor usaha mikro, kecil, dan menengah adalah karena pelaku UMKM memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah. Para pelaku UMKM cenderung kurang memiliki kesadaran terhadap produk keuangan yang ditawarkan lembaga keuangan lain, sehingga hanya bisa mengandalkan pendanaan perbankan manual dan konvensional (Agus D.W Martowardjojo) (Sari, 2016). Namun, Literasi keuangan hanyalah salah satu aspek yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Ada beberapa aspek tambahan yang berperan dalam pengembangan kinerja UMKM, selain literasi keuangan. Pemanfaatan berbagai *platform* media sosial menjadi salah satu kriteria tersebut. Menurut Rodriguez et al. (2016), penggunaan media sosial dalam suatu perusahaan berpotensi untuk memperkuat interaksi pelanggan serta citra merek perusahaan, serta meningkatkan pendapatan dan penjualan. kinerja UMKM. Pernyataan ini didukung oleh temuan dari sebuah penelitian Khatulistiwa (2021) yang menunjukkan hubungan antara penggunaan media sosial dan kinerja UMKM. Meskipun demikian, masih ada kejadian yang terkait dengan media sosial.

Menurut Yudi Candra (2019), ada berbagai penyebab yang menyebabkan UMKM Indonesia menghadapi perlambatan pertumbuhan perusahaan. Unsur-unsur tersebut antara lain permodalan, sumber daya manusia (SDM), dan penetrasi pasar. Fenomena yang terjadi terkait dengan penggunaan media sosial. Karena itu, penting bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memiliki pemahaman yang kuat tentang media sehingga mereka dapat menembus pasar yang lebih besar, jelasnya.

Rumusan masalah yang dikemukakan adalah: (1) Apakah literasi keuangan mempengaruhi Kinerja UMKM di Kecamatan X?; (2) Apakah Penggunaan Media Sosial mempengaruhi kinerja UMKM di Kecamatan X?

Berdasarkan penjelasan rumusan masalah tersebut, diperoleh tujuan penelitian berikut ini, yang pertama mampu mengungkap pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan X. Keduanya mampu menjelaskan pengaruh Media Sosial terhadap kinerja UMKM di Indonesia Kecamatan X.

B. Metode Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Literasi Keuangan, Penggunaan Media Sosial, dan Kinerja UMKM. Metode penelitian ini adalah metode verifikatif kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Populasi yang ditentukan adalah pemilik atau pengelola UMKM Kecamatan X. sampel diambil menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 40 pemilik/ pengelola kedai kopi.

C. Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. *Output* Regresi Berganda

	Koefisien (a)					Statistik Collinearity	
	Koefisien Tidak Standar		Koefisien Standar		Tanda Tangan	Toleransi	VIF
	B	Std. Kesalahan	Beta	t			
(Konstan)	8.053	3.904		2.063	0,046		
Literasi Keuangan	0,655	0.260	0,378	2.517	0,016	0,780	1.282
Penggunaan Media Sosial	0.285	0,138	0.310	2.064	0,046	0,780	1.282

Sumber: Pemrosesan Data , 2022

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 8,053 + 0,655X_1 + 0,285 X_2 + e$$

Deskripsi	:
Y	: Kinerja UMKM
X1	: Literasi Keuangan
X2	: Penggunaan Media Sosial
e	: Error

Berdasarkan persamaan di atas, dijelaskan: (1) Nilai konstanta adalah 8,053 yang menunjukkan bahwa dengan tidak adanya variabel Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial diharapkan Kinerja UMKM akan memiliki nilai sebesar 8,053 kali lebih besar dari yang seharusnya; (2) Nilai koefisien regresi untuk Literasi Keuangan adalah 0,655 yang menunjukkan bahwa jika tingkat Literasi Keuangan dan penggunaan Media Sosial tetap sama maka kinerja UMKM akan meningkat sebesar 0,655; (3) Nilai koefisien regresi untuk penggunaan media sosial adalah 0,285 yang menunjukkan bahwa kinerja UMKM akan meningkat sebesar 0,285 poin persentase jika penggunaan media sosial dan literasi keuangan terus berkembang pada tingkat yang sama.

Tabel 2. Output Uji F

Model	Jumlah Kuadrat	Df	Rata-Rata Persegi	F	Tanda
Regresi	360,958	2	180.479		
Sisa	673,499	37	18.203	9.915	0.00 0 ^b
Total	1034.457	39			

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25, 2022

Jelas bahwa nilai Fhitung yang diperoleh adalah 9,915, dan nilai ini akan dibandingkan dengan nilai Ftabel yang terdapat pada tabel distribusi F. Ftabel sebesar 3,251 pada kondisi = 0,05, db1 = 2, dan db2 = 37. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa Fhitung (9,915) lebih besar dari Ftabel (3,251), dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, yang kurang dari 0,05 yang berarti dapat dikatakan bahwa Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial keduanya berpengaruh terhadap Kinerja UMKM secara bersamaan. Hipotesis H0 ditolak, dan hipotesis alternatif, Ha, diterima.

Tabel 3. Output Uji t

Koefisien (a)

	Koefisien Tidak Standar		Koefisien Standar		Statistik Collinearity		
	B	Std. Kesalahan	Beta	T	Tanda Tangan	Toleransi	VIF
(Konstan)	8.053	3.904		2.063	0,046		
Literasi Keuangan	0,655	0.260	0,378	2.517	0,016	0,780	1.282
Penggunaan Media Sosial	0.285	0,138	0.310	2.064	0,046	0,780	1.282

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25, 2022

Dalam penyidikan khusus ini, uji-t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel, serta membandingkan tingkat signifikansi. maka diperoleh nilai $df = n - k = 40 - 2 = 38$. ketika menggunakan signifikansi pada tingkat 5%. Hal ini menghasilkan nilai t tabel sebesar 2,024. Berikut daftar hasil pengujian hipotesis dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel: (1) Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM Pemerintah : Dapat dilihat dari hasil pengujian yang disajikan pada tabel yang terletak di atas bahwa variabel Literasi Keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,016. Nilai nilai tersebut lebih rendah dari ambang batas signifikansi ($\alpha = 5\%$), yaitu $0,016 \leq 0,05$, dan t hitung berdasarkan tabel di atas adalah 2,517. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat signifikansi tidak terpenuhi. Karena t adalah $2.517 \geq 2.024$, masing-masing. Hasil uji H1 diakui, yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang cukup besar antara literasi keuangan dengan kinerja UMKM pemerintah. Temuan ini didasarkan pada temuan analisis perbandingan nilai, serta perbandingan t tabel dan t hitung; (2) Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Pemerintah : Dapat dilihat dari hasil pengujian yang disajikan pada tabel yang terletak di atas bahwa nilai signifikan untuk variabel Penggunaan Media Sosial adalah 0,046. Nilai t hitung berdasarkan tabel adalah $2.064 \geq 2.024$, lebih rendah dari taraf signifikansi ($\alpha = 5\%$), yaitu $0,046 \leq 0,05$. Nilai nilainya juga lebih rendah dari tingkat signifikansi. Ditentukan, atas dasar temuan analisis perbandingan nilai, serta perbandingan t tabel dan t hitung, bahwa hasil uji H2 dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial dengan kinerja UKM pemerintah.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Model	R	Kotak R	Disesuaikan R Square	Std. Kesalahan Perkiraan
1	0,591 a _	0,349 _	0,314	4.26626

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25, 2022.

Mengingat temuan eksperimen yang telah dilakukan pada subjek. Nilai R square yang ditentukan menggunakan SPSS dan ditampilkan pada tabel di atas adalah $0,349 = 34,9\%$. Tidak banyak penyimpangan dari nol pada nilai koefisien determinasi (0). Hal ini menunjukkan bahwa baik tingkat literasi keuangan maupun penggunaan media sosial memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) secara bersamaan dengan persentase 34,9%. Meskipun nilai residu 65,1% dipengaruhi oleh unsur lain yang tidak terlihat dalam penelitian ini, namun tetap penting untuk diperhatikan.

Tabel 5. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

	Koefisien (a)					Korelasi Nol - Pesan
	Koefisien Tidak Standar		Koefisien Standar	T	Tanda Tangan	
	B	Std. Kesalahan	Beta			
(Konstan)	8.053	3.904		2.063	0,046	
Literasi Keuangan	0,655	0.260	0,378	2.517	0,016	0,523
Penggunaan Media Sosial	0.285	0,138	0.310	2.064	0,046	0,487

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25, 2022.

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dihitung koefisien determinasi parsial sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Literasi Keuangan} &= 0,378 \times 0,523 \times 100\% = 19,76\% \\ \text{Penggunaan Media Sosial} &= 0,310 \times 0,487 \times 100\% = 15,14\%\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, Variabel Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM sebesar 19,76% sedangkan Variabel Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap Kinerja UMKM sebesar 15,14%. Dengan demikian variabel jumlah literasi keuangan dan penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kinerja UMKM sebesar 34,9%.

Diskusi

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,016. Nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi ($\alpha=5\%$) yaitu $0,016 \leq 0,05$ dan t-hitung berdasarkan tabel di atas adalah 2,517. Karena t adalah 2,517 > 2,024. Berdasarkan hasil analisis perbandingan nilai dan perbandingan t tabel dan t hitung diperoleh hasil uji H1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM Pemerintah. Besarnya pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM sebesar 19,76%. Literasi keuangan adalah ilmu keuangan dan implementasinya, yang hasilnya adalah keputusan keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Literasi Keuangan harus dimiliki oleh para pelaku UMKM agar mempermudah pengendalian keuangan sehingga kinerja usaha akan lebih optimal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM Pemerintah sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aribawa (2016) dan juga Widya (2020), Literasi keuangan terkait dengan pengetahuan keuangan dan juga pengelolaan keuangan dan menghasilkan keputusan yang akan diambil oleh pemangku kepentingan. UKM, keberhasilan keputusan yang diambil akan mempengaruhi bisnis yang akan berkembang ke arah yang lebih baik dilihat dari peningkatan bisnis dari segi penjualan dengan meningkatnya konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Penggunaan Media Sosial memiliki nilai signifikansi sebesar 0,011. Nilai nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi ($\alpha=5\%$) yaitu $0,046 \leq 0,05$ dan t hitung berdasarkan tabel adalah $2,064 \geq 2,024$. Berdasarkan hasil analisis perbandingan nilai dan perbandingan t tabel dan t hitung diperoleh hasil uji H2 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM pemerintah. Besarnya pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM adalah 15,14%.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Khatulistiwa (2021) dan Sukri & Arisandi (2017) penggunaan media sosial akan mendorong manajemen bisnis dan juga mendapatkan omset penjualan. Kinerja UMKM terkait dengan peningkatan jumlah konsumen yang ditunjukkan melalui peningkatan penjualan, kemudian pemasaran yang dapat dilakukan di dalam dan luar daerah sehingga UMKM mendapatkan pelanggan baru dari luar daerah karena pemanfaatan media sosial yang baik.

D. Kesimpulan

Kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan. Hal ini dibuktikan dengan para pelaku usaha UMKM *Coffee Shop* di Kecamatan X telah berhasil menerapkan literasi keuangan dalam operasionalnya. Literasi keuangan mengacu pada pemahaman dan pengelolaan keuangan seseorang, yang keduanya diperlukan untuk membuat keputusan yang dapat mempengaruhi pertumbuhan dan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Ada korelasi antara penggunaan media sosial dengan kinerja UKM. Hal ini terlihat dari pemanfaatan media sosial yang bermanfaat bagi pelaku usaha UMKM *Coffee Shop* di Kecamatan X dengan menciptakan *feedback* yang baik dari pelanggan sehingga dapat menciptakan hubungan yang baik antara pelanggan dengan pelaku usaha dan akan berdampak pada peningkatan jumlah pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Daftar Pustaka

- Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1>
- Aufar, A. (2013). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UMKM (Survei Pada Perusahaan Rekanan PT. PLN (Persero) di Kota Bandung)*. <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/3060>
- Desfika, T. S. (2019). UMKM Masih Minim Manfaatkan Medsos. *Berita Satu*. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/537673/umkm-masih-minim-manfaatkan-medsos>
- Fransiska, Q. (2022). MEMBANGUN IDENTITAS MASYARAKAT PAPUA DALAM KERANGKA SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOAL'S MELALUI PENINGKATAN LITERASI KEUANGAN DAN LITERASI FINANSIAL TEKNOLOGI TERHADAP PENINGKATAN KINERJA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM). *JUMABIS (JURNAL MANAJEMEN & BISNIS)*, 6(2), 96–103. <https://doi.org/https://doi.org/10.55264/jumabis.v6i2.90>
- Hadyan, T., Nurleli, & Anandya, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja UMKM. *Bandung Conference Series: Accountancy Universitas Islam Bandung*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/bcsa.v2i2.4588>
- Imratussoleha, L. (2021). *PENCATATAN LAPORAN KEUANGAN PADA USAHA KECIL [SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA]*. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2832>
- Khatulistiwa, D. P. (2021). *Anteseden Penggunaan Media Sosial Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Pada Usaha Mikro Dan Kecil (UMK) Di Kota Bontang Provinsi Kalimantan Timur*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/33359>
- Nua, F. (2019). UMKM RI Masih Tertinggal dari Negara Lain. *Media Indonesia: Ekonomi*. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/277917/umkm-ri-masih-tertinggal-dari-negara-lain>
- Rodriguez, M., Ajjan, H., & Peterson, R. M. (2016). Social Media in Large Sales Forces: An Empirical Study of the Impact of Sales Process Capability and Relationship Performance. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 24(3), 365–379. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/10696679.2016.1170538>
- Sari, E. V. (2016). *BI: Tingkat Literasi Keuangan Rendah untuk UMKM*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20160601171206-78-135137/bi-tingkat-literasi-keuangan-pelaku-umkm-rendah>
- Sukri, & Arisandi, D. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Media Sosial Produk Kuliner Usaha Kecil dan Menengah di Pekanbaru. *Jurnal Buana Informatika*, 8(4). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24002/jbi.v8i4.1447>
- Suryandani, W., & Muniroh, H. (2020). Literasi Keuangan dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM Batik Tulis Lasem. *Fokus Ekonomi Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.34152/fe.15.1.65-77>
- Wardi, Y., & Susanto, P. (2015). Analisis Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Perusahaan: Studi Empiris Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Sumatera Barat. *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (SNEMA)*. <http://repository.unp.ac.id/id/eprint/15220>

Wulandari, R. (2019). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN INKLUSI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM (Studi Kasus Pada UMKM PROVINSI DKI JAKARTA)* [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH]. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/49962/1/ROSSY_WULANDARI-FEB.pdf