

Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM di Kota Surabaya

Silvi Kurnia^{1*}, Hwihanus²

¹⁻²Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

email: silvikurnia533@email.com

Article Info :

Received:
16-06-2026
Revised:
26-06-2026
Accepted:
07-07-2026

Abstract

This study examines the influence of financial literacy, digital marketing, and the use of accounting information systems on the performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Surabaya City. A quantitative survey approach was employed involving 150 MSME owners selected through purposive sampling. Primary data were collected using structured questionnaires and analyzed with multiple linear regression. The findings indicate that financial literacy, digital marketing, and the use of accounting information systems each have a positive and significant effect on MSME performance. Simultaneously, the three variables significantly affect MSME performance, with a coefficient of determination (R^2) of 0.682, indicating that 68.2% of the variation in MSME performance is explained by the proposed model. The findings emphasize the importance of strengthening financial capabilities, expanding digital marketing adoption, and improving the implementation of accounting information systems to enhance MSME competitiveness in the digital transformation era.

Keywords: Accounting Information System, Digital Marketing, Financial Literacy, MSME Performance, Surabaya City.

Akbsrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan, digital marketing, dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Surabaya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel berjumlah 150 pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, digital marketing, dan penggunaan sistem informasi akuntansi masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,682, yang menunjukkan bahwa 68,2% variasi kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh model penelitian. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan kompetensi keuangan, pemanfaatan strategi pemasaran digital, dan implementasi sistem informasi akuntansi sebagai upaya meningkatkan daya saing UMKM pada era transformasi digital.

Kata Kunci: Digital Marketing, Kinerja UMKM, Kota Surabaya, Literasi Keuangan, Sistem Informasi Akuntansi.



©2022 Authors.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus menjadi fondasi ketahanan ekonomi pada berbagai negara berkembang di tengah meningkatnya tekanan globalisasi, disrupsi digital, dan perubahan perilaku pasar yang berlangsung semakin cepat. Perkembangan ekonomi digital telah mengubah cara pelaku usaha menciptakan nilai, membangun hubungan dengan pelanggan, serta mengelola informasi bisnis sehingga kemampuan beradaptasi terhadap teknologi menjadi faktor yang menentukan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang (Kotler et al., 2021). Transformasi menuju ekosistem pemasaran digital juga telah menggeser paradigma pemasaran konvensional menjadi pemasaran berbasis data dan interaksi digital yang menuntut UMKM untuk mengintegrasikan kemampuan pemasaran, pengelolaan keuangan, dan pemanfaatan teknologi informasi secara bersamaan (Kotler et al., 2017). Strategi digital marketing tidak lagi dipahami sebagai media promosi semata, tetapi sebagai instrumen strategis untuk membangun nilai pelanggan, memperluas akses pasar, serta meningkatkan daya saing usaha pada lingkungan bisnis yang semakin dinamis (Chaffey & Ellis-

Chadwick, 2019). Di Indonesia, posisi UMKM semakin strategis karena jumlahnya mencapai lebih dari 65 juta unit usaha yang menjadi tulang punggung aktivitas ekonomi nasional sekaligus penyerap tenaga kerja terbesar sehingga peningkatan kualitas pengelolaannya menjadi agenda pembangunan ekonomi yang sangat penting (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Tantangan tersebut memperlihatkan bahwa peningkatan kinerja UMKM tidak lagi cukup bergantung pada pengalaman berusaha, tetapi semakin ditentukan oleh kemampuan mengelola keuangan, memanfaatkan pemasaran digital, serta menggunakan sistem informasi akuntansi sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis.

Salah satu faktor yang diyakini memengaruhi kinerja UMKM adalah literasi keuangan karena kemampuan memahami, mengevaluasi, dan menerapkan informasi keuangan menentukan kualitas keputusan bisnis yang diambil oleh pelaku usaha dalam menghadapi dinamika pasar (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Pelaku UMKM yang memiliki literasi keuangan yang baik akan lebih mampu menyusun perencanaan usaha, mengelola arus kas, mengendalikan biaya operasional, serta menentukan keputusan investasi yang tepat sehingga mampu meningkatkan kinerja usahanya (Ahmad et al., 2024). Kajian empiris mutakhir menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap efektivitas pengelolaan usaha ketika didukung oleh penerapan sistem informasi akuntansi dan teknologi digital yang memadai, sehingga hubungan antarfaktor tersebut bersifat saling memperkuat, bukan berdiri sendiri (Firdaus & Kartika, 2026). Temuan lain juga memperlihatkan bahwa integrasi sistem akuntansi digital dan literasi keuangan mampu meningkatkan kinerja keuangan UMKM secara lebih konsisten dibandingkan penerapan salah satu aspek secara terpisah karena keduanya memperkuat kualitas informasi yang digunakan dalam proses pengambilan keputusan (Martina & Girsang, 2025). Penelitian pada berbagai konteks wilayah di Indonesia memperlihatkan kecenderungan serupa bahwa literasi keuangan, pemanfaatan sistem informasi akuntansi, serta kompetensi pengelolaan usaha menjadi determinan utama peningkatan kinerja UMKM meskipun besarnya pengaruh masing-masing variabel masih bervariasi antarwilayah (Hanafi & Kurniawati, 2025). Sejumlah penelitian juga menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi akuntansi berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pengelolaan usaha melalui penyediaan informasi yang akurat, relevan, dan tepat waktu sebagaimana fungsi utama sistem informasi akuntansi dalam mendukung proses manajerial (Romney & Steinbart, 2018).

Perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi digital mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media sosial, marketplace, maupun berbagai platform digital sebagai sarana promosi dan penjualan yang lebih efektif. Digital marketing memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya relatif efisien sekaligus meningkatkan interaksi dengan pelanggan sehingga berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha (Tambunan et al., 2026). Penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial sebagai instrumen pemasaran memiliki hubungan positif terhadap efektivitas kinerja UMKM ketika dipadukan dengan literasi keuangan dan sistem informasi akuntansi yang memadai (Aprilia, 2025). Sintesis berbagai hasil penelitian juga menunjukkan bahwa digital marketing dan sistem informasi akuntansi saling melengkapi dalam membangun keunggulan kompetitif karena pemasaran digital menghasilkan data pelanggan yang kemudian dapat diolah menjadi informasi bisnis melalui sistem informasi akuntansi (Aulia & Trisnarningsih, 2025). Penelitian di Kota Surakarta menunjukkan bahwa kombinasi sistem informasi akuntansi, influencer marketing, e-commerce, dan financial technology menghasilkan peningkatan performa UMKM yang lebih besar dibandingkan implementasi teknologi secara parsial (Langit & Fatchan, 2026). Kajian lain di Surabaya memperlihatkan bahwa sistem informasi akuntansi berbasis digital yang terintegrasi dengan e-commerce memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM karena mempercepat proses pencatatan transaksi sekaligus mendukung respons bisnis terhadap perubahan pasar (Ramadhana & Handayani, 2025).

Meskipun berbagai penelitian telah membuktikan hubungan positif antara literasi keuangan, digitalisasi, dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM, hasil-hasil tersebut masih menunjukkan sejumlah keterbatasan konseptual maupun empiris yang memerlukan pengujian lebih lanjut. Sebagian besar penelitian masih menguji dua variabel utama atau menggunakan konsep digitalisasi secara umum sehingga belum mampu menjelaskan kontribusi spesifik digital marketing sebagai dimensi yang berbeda dari transformasi digital (Tan & Azmiana, 2025). Penelitian lain lebih menitikberatkan pada kombinasi literasi keuangan dengan sistem informasi akuntansi tanpa memasukkan dimensi pemasaran digital sebagai variabel independen yang berpotensi memperkuat kinerja usaha (Ningsih & Fitriani, 2025). Variasi karakteristik wilayah, tingkat adopsi teknologi, serta

kapasitas sumber daya manusia juga menyebabkan hasil penelitian sebelumnya belum dapat digeneralisasikan pada seluruh daerah karena struktur UMKM yang berbeda menghasilkan dinamika pengaruh variabel yang tidak selalu konsisten (Puryanto, 2025). Penelitian mengenai perilaku keuangan UMKM di Surabaya bahkan menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi keuangan belum selalu diikuti oleh peningkatan kualitas pengelolaan usaha apabila kemampuan literasi keuangan pelaku usaha masih rendah (Supriadi & Sari, 2025). Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa hubungan antara literasi keuangan, digital marketing, penggunaan sistem informasi akuntansi, dan kinerja UMKM masih menyisakan ruang pengembangan model empiris yang lebih komprehensif.

Permasalahan tersebut memiliki urgensi ilmiah karena perkembangan ekonomi digital menuntut lahirnya model konseptual yang mampu menjelaskan bagaimana kombinasi kapabilitas keuangan, pemasaran digital, dan sistem informasi akuntansi membentuk keunggulan kompetitif UMKM secara simultan. Dari sisi praktis, Kota Surabaya sebagai salah satu pusat aktivitas ekonomi dan perdagangan di Indonesia menghadapi tingkat persaingan UMKM yang tinggi sehingga pelaku usaha memerlukan dasar pengambilan keputusan yang semakin berbasis data dan teknologi. Penelitian ini ditempatkan pada posisi yang berbeda dari studi-studi sebelumnya karena tidak hanya menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial, tetapi juga mengintegrasikan literasi keuangan, digital marketing, dan penggunaan sistem informasi akuntansi dalam satu model empiris untuk menjelaskan variasi kinerja UMKM. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai mekanisme peningkatan kinerja UMKM pada konteks ekonomi digital serta memperkaya pengembangan model penelitian kuantitatif berbasis hubungan multivariat yang direkomendasikan dalam kajian manajemen dan akuntansi modern (Hair et al., 2022). Perspektif tersebut juga relevan dengan berkembangnya kebutuhan tata kelola informasi keuangan yang berkualitas sebagai fondasi peningkatan kinerja organisasi pada berbagai sektor (Rosyida & Bilgies, 2025). Penelitian mengenai pengaruh digital accounting, digital payment, dan literasi keuangan terhadap performa UMKM juga semakin menguatkan pentingnya integrasi berbagai kapabilitas digital dalam membangun daya saing usaha secara berkelanjutan (Kautsar & Wahdiat, 2026).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, digital marketing, dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM di Kota Surabaya, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menempatkan ketiga variabel tersebut sebagai satu kerangka analitis yang terpadu untuk menjelaskan variasi kinerja UMKM pada konteks ekonomi digital yang semakin kompleks. Hasil penelitian diharapkan mampu memperluas pengembangan teori mengenai determinan kinerja UMKM melalui integrasi perspektif keuangan, pemasaran, dan sistem informasi dalam satu model penelitian. Dari sisi metodologis, penelitian ini diharapkan memberikan bukti empiris yang lebih komprehensif mengenai hubungan antarvariabel pada konteks UMKM perkotaan sehingga dapat menjadi rujukan bagi penelitian lanjutan. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi dasar bagi pemerintah daerah, pelaku UMKM, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merancang kebijakan maupun strategi peningkatan daya saing UMKM yang lebih adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian empiris dengan pendekatan kuantitatif dan desain *explanatory research* yang bertujuan menguji hubungan kausal antara literasi keuangan, digital marketing, dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) sebagai variabel independen terhadap kinerja UMKM sebagai variabel dependen melalui pengujian hipotesis berbasis survei (Hair et al., 2022). Populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Surabaya sebanyak 2.847 unit usaha. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria UMKM telah beroperasi minimal dua tahun, memiliki aktivitas pemasaran secara langsung maupun digital, melakukan pencatatan keuangan secara manual maupun menggunakan aplikasi, serta pemilik atau pengelola bersedia menjadi responden penelitian. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 8%, diperoleh sampel sebanyak 150 responden. Jenis data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung maupun secara daring menggunakan Google Form. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima poin, yaitu skor 1 (sangat tidak setuju) sampai skor 5 (sangat setuju). Operasionalisasi variabel mengacu pada penelitian terdahulu, yaitu literasi keuangan diukur melalui indikator pemahaman pengelolaan keuangan, penyusunan anggaran, pengelolaan utang, dan

perencanaan investasi (Ahmad et al., 2024; Sa'diyah & Wuryaningsih, 2024), digital marketing diukur berdasarkan intensitas penggunaan media sosial, marketplace, website, dan media digital lainnya sebagai sarana pemasaran (Aprilia, 2025; Tambunan et al., 2026), penggunaan Sistem Informasi Akuntansi diukur melalui kemudahan pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan, kualitas informasi yang dihasilkan, serta dukungan terhadap pengambilan keputusan usaha (Romney & Steinbart, 2018; Firdaus & Kartika, 2026), sedangkan kinerja UMKM diukur berdasarkan pertumbuhan penjualan, peningkatan laba, pertumbuhan aset, dan kepuasan pelanggan (Tan & Azmiana, 2025; Hanafi & Kurniawati, 2025).

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dengan Pearson Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dengan nilai alpha lebih dari 0,70 menunjukkan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi tingkat reliabilitas yang baik (Hair et al., 2022). Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas menggunakan Kolmogorov–Smirnov, uji multikolinearitas menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), serta uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser sehingga model regresi dinyatakan layak apabila seluruh asumsi terpenuhi (Hair et al., 2022). Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics versi 26 untuk menguji pengaruh literasi keuangan, digital marketing, dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap kinerja UMKM. Model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Kinerja UMKM

α = Konstanta

β_1 – β_3 = Koefisien regresi

X_1 = Literasi Keuangan

X_2 = Digital Marketing

X_3 = Sistem Informasi Akuntansi

ε = Error (kesalahan pengganggu)

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap kinerja UMKM, uji F untuk menguji pengaruh seluruh variabel independen secara simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi kinerja UMKM. Pemilihan analisis regresi linear berganda didasarkan pada karakteristik model penelitian yang melibatkan beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen dan telah banyak digunakan dalam penelitian empiris mengenai literasi keuangan, digital marketing, sistem informasi akuntansi, dan kinerja UMKM (Ahmad et al., 2024; Tan & Azmiana, 2025; Langit & Fatchan, 2026; Diva & Kurniawan, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Sebanyak 150 kuesioner berhasil dikumpulkan dan seluruhnya dapat digunakan dalam proses analisis sehingga response rate penelitian mencapai 100%. Tingkat pengembalian kuesioner yang tinggi menunjukkan partisipasi responden yang sangat baik sehingga mampu meningkatkan representativitas data dan meminimalkan potensi *non-response bias* dalam penelitian survei kuantitatif (Hair et al., 2022). Karakteristik responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan bidang usaha karena keempat karakteristik tersebut diperkirakan berkaitan dengan kemampuan pelaku UMKM dalam mengadopsi literasi keuangan, digital marketing, dan Sistem Informasi Akuntansi. Ringkasan karakteristik responden disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	62	41,3
	Perempuan	88	58,7
Usia	17–25 tahun	23	15,3

Pendidikan	26–35 tahun	55	36,7
	36–45 tahun	42	28,0
	46–55 tahun	30	20,0
	SMP ke bawah	33	22,0
	SMA/SMK	61	40,7
Bidang Usaha	Diploma/S1	56	37,3
	Kuliner	49	32,7
	Perdagangan	42	28,0
	Fashion	28	18,7
	Jasa	31	20,6

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1, responden didominasi oleh perempuan dengan persentase 58,7%, sedangkan responden laki-laki mencapai 41,3%. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa perempuan memiliki keterlibatan yang cukup besar dalam aktivitas kewirausahaan UMKM, khususnya pada sektor perdagangan dan kuliner yang mendominasi penelitian ini. Dari sisi usia, kelompok 26–35 tahun merupakan kategori terbesar dengan persentase 36,7%, diikuti kelompok usia 36–45 tahun sebesar 28,0%, sehingga mayoritas responden berada pada usia produktif yang relatif lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dan inovasi bisnis. Kondisi tersebut mendukung proses adopsi digital marketing maupun Sistem Informasi Akuntansi sebagai bagian dari transformasi digital UMKM.

Karakteristik pendidikan menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pendidikan SMA/SMK (40,7%) dan Diploma/S1 (37,3%), sedangkan responden dengan pendidikan SMP ke bawah berjumlah 22,0%. Tingkat pendidikan tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM memiliki kapasitas yang memadai untuk memahami konsep pengelolaan keuangan maupun penggunaan teknologi digital dalam aktivitas usaha. Berdasarkan bidang usaha, sektor kuliner merupakan kategori terbesar (32,7%), diikuti perdagangan (28,0%), jasa (20,6%), dan fashion (18,7%). Distribusi tersebut mencerminkan struktur UMKM Indonesia yang masih didominasi oleh sektor perdagangan dan makanan-minuman sebagai penggerak utama aktivitas ekonomi masyarakat (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada keempat variabel memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,160), sehingga dinyatakan valid. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara memadai sesuai dengan konsep penelitian (Hair et al., 2022). Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha untuk variabel literasi keuangan sebesar 0,821, digital marketing sebesar 0,847, penggunaan SIA sebesar 0,836, dan kinerja UMKM sebesar 0,858. Seluruh nilai tersebut di atas 0,700, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Nilai reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang baik sehingga layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian (Hair et al., 2022).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan	12	0,821	Reliabel
Digital Marketing	10	0,847	Reliabel
Penggunaan SIA	10	0,836	Reliabel
Kinerja UMKM	12	0,858	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2024

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,143 > 0,05, sehingga residual terdistribusi normal. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi

memenuhi asumsi normalitas sehingga estimasi parameter dapat dilakukan secara optimal (Hair et al., 2022). Uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF untuk ketiga variabel independen di bawah 10 (literasi keuangan: 2,134; digital marketing: 2,371; penggunaan SIA: 2,208), yang berarti tidak terdapat masalah multikolinearitas. Nilai VIF yang relatif rendah mengindikasikan bahwa hubungan antarvariabel independen tidak menimbulkan distorsi terhadap hasil estimasi regresi (Hair et al., 2022). Uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser menghasilkan nilai signifikansi untuk masing-masing variabel di atas 0,05, sehingga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan terpenuhinya seluruh asumsi klasik, model regresi dinilai layak digunakan untuk menguji hubungan kausal antarvariabel penelitian.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda disajikan pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	B	Std. Error	t hitung	Sig.
Konstanta	2,145	0,432	4,966	0,000
Literasi Keuangan (X ₁)	0,312	0,067	4,657	0,000
Digital Marketing (X ₂)	0,287	0,071	4,042	0,000
Penggunaan SIA (X ₃)	0,341	0,064	5,328	0,000

R² = 0,682 F hitung = 104,23 Sig. F = 0,000

Sumber: Data primer diolah, 2024.

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 2,145 + 0,312X_1 + 0,287X_2 + 0,341X_3 + \varepsilon$$

Nilai R² sebesar 0,682 menunjukkan bahwa 68,2% variasi kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan, digital marketing, dan penggunaan SIA, sedangkan sisanya sebesar 31,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang kuat terhadap variasi kinerja UMKM sehingga layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian (Hair et al., 2022). Nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Temuan ini memperkuat hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa integrasi literasi keuangan, digital marketing, dan sistem informasi akuntansi merupakan determinan penting dalam meningkatkan daya saing dan kinerja UMKM di era transformasi digital (Tan & Azmiana, 2025; Langit & Fatchan, 2026).

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Surabaya. Nilai koefisien regresi sebesar 0,312 dengan nilai t hitung sebesar 4,657 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (<0,05) menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam memahami konsep dasar keuangan, mengelola arus kas, menyusun anggaran, serta merencanakan investasi mampu meningkatkan kualitas pengelolaan usaha secara nyata. Literasi keuangan tidak hanya berfungsi sebagai pengetahuan administratif mengenai pencatatan keuangan, tetapi juga menjadi dasar dalam menentukan keputusan strategis yang berkaitan dengan penggunaan modal, efisiensi biaya, dan pengembangan usaha. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan yang dimiliki pelaku UMKM, semakin besar pula peluang usaha untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan sesuai dengan arah peningkatan literasi keuangan nasional yang terus didorong oleh regulator sektor jasa keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM

Variabel	Koefisien (β)	t hitung	Sig.	Keputusan
Literasi Keuangan (X ₁)	0,312	4,657	0,000	H ₁ diterima

Sumber: Data primer diolah, 2024

Data pada tabel 4 menunjukkan bahwa koefisien regresi bernilai positif dengan tingkat signifikansi yang jauh berada di bawah taraf kesalahan 5%, sehingga hubungan antara literasi keuangan dan kinerja UMKM dapat dinyatakan bersifat positif dan signifikan. Nilai koefisien sebesar 0,312 menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan diikuti oleh peningkatan kinerja UMKM dengan asumsi variabel lain berada pada kondisi konstan. Hasil tersebut menggambarkan bahwa pelaku usaha yang memahami penyusunan laporan keuangan, pengelolaan modal kerja, pengendalian pengeluaran, serta evaluasi kondisi keuangan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mempertahankan stabilitas usaha. Penguasaan terhadap informasi keuangan juga memungkinkan pelaku UMKM mengidentifikasi peluang investasi maupun risiko usaha secara lebih rasional sehingga keputusan bisnis yang dihasilkan menjadi lebih efektif. Pola tersebut memperlihatkan bahwa literasi keuangan berperan sebagai kapabilitas dasar yang memengaruhi kualitas pengelolaan usaha sebelum pelaku UMKM mengoptimalkan berbagai bentuk teknologi digital.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Ahmad et al. (2024) yang membuktikan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja UMKM, terutama pada pelaku usaha yang telah memanfaatkan aplikasi keuangan digital dalam aktivitas operasionalnya. Hasil penelitian Sa'diyah dan Wuryaningsih (2024) juga menunjukkan bahwa kemampuan memahami aspek keuangan menjadi faktor yang memperkuat efektivitas pengelolaan usaha, terutama ketika didukung oleh penggunaan Sistem Informasi Akuntansi. Penelitian Hanafi dan Kurniawati (2025) memperlihatkan bahwa literasi keuangan tetap menjadi salah satu determinan utama kinerja UMKM meskipun dikombinasikan dengan faktor lain seperti kualitas sumber daya manusia, teknologi informasi, dan kualitas produk. Penelitian Martina dan Girsang (2025) memperlihatkan bahwa integrasi antara literasi keuangan dan sistem akuntansi digital mampu menghasilkan peningkatan performa keuangan UMKM yang lebih konsisten dibandingkan penerapan salah satu aspek secara terpisah. Konsistensi hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemampuan mengelola informasi keuangan masih menjadi fondasi utama dalam meningkatkan daya saing UMKM pada era transformasi digital.

Hasil penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui perspektif *human capital theory* yang memandang pengetahuan dan keterampilan sebagai bentuk modal yang mampu meningkatkan produktivitas individu maupun organisasi. Pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung lebih mampu menyusun perencanaan usaha, mengalokasikan sumber daya secara efisien, serta melakukan evaluasi terhadap kondisi keuangan secara berkala. Kemampuan tersebut mendorong proses pengambilan keputusan yang lebih objektif karena didasarkan pada informasi keuangan yang dapat dipertanggungjawabkan. Firdaus dan Kartika (2026) menjelaskan bahwa pemahaman mengenai literasi keuangan yang dipadukan dengan kemampuan memanfaatkan informasi akuntansi akan menghasilkan kualitas pengelolaan usaha yang lebih baik dibandingkan pelaku usaha yang hanya mengandalkan pengalaman praktis. Penelitian Kautsar dan Wahdiat (2026) juga menunjukkan bahwa kemampuan literasi keuangan yang dikombinasikan dengan pemanfaatan teknologi digital berkontribusi terhadap peningkatan performa keuangan UMKM melalui pengelolaan transaksi dan pengambilan keputusan yang lebih efektif.

Karakteristik responden penelitian turut memperkuat interpretasi terhadap hasil pengujian hipotesis karena sebagian besar pelaku UMKM berada pada usia produktif dengan tingkat pendidikan menengah hingga perguruan tinggi yang relatif lebih mudah menerima pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan. Kondisi tersebut memberikan peluang yang lebih besar bagi pelaksanaan program peningkatan literasi keuangan yang berorientasi pada praktik pengelolaan usaha daripada sekadar penyampaian konsep teoritis. Program pelatihan yang mengintegrasikan penyusunan anggaran, pengelolaan arus kas, evaluasi laporan keuangan, serta perencanaan investasi diperkirakan mampu menghasilkan peningkatan kinerja usaha yang lebih berkelanjutan. Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa peningkatan akses pembiayaan bagi UMKM perlu diimbangi dengan peningkatan kapasitas literasi keuangan agar dana yang diperoleh dapat dimanfaatkan secara produktif. Peran strategis UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional menjadikan peningkatan literasi keuangan sebagai salah satu agenda penting dalam memperkuat daya saing usaha kecil di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin kompetitif (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023).

Pengaruh Digital Marketing terhadap Kinerja UMKM

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Surabaya. Nilai koefisien regresi sebesar 0,287 dengan nilai t hitung sebesar 4,042 dan tingkat signifikansi 0,000 ($<0,05$) menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan intensitas pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran mampu mendorong peningkatan kinerja usaha yang diukur melalui pertumbuhan penjualan, peningkatan laba, pertumbuhan aset, dan kepuasan pelanggan. Pemanfaatan media sosial, marketplace, situs web, maupun aplikasi komunikasi bisnis memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar tanpa harus menambah biaya operasional secara signifikan. Perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada platform digital menjadikan digital marketing sebagai salah satu strategi yang mampu meningkatkan daya saing UMKM pada lingkungan bisnis yang semakin dinamis (Kotler et al., 2021).

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis Digital Marketing terhadap Kinerja UMKM

Variabel	Koefisien (β)	t hitung	Sig.	Keputusan
Digital Marketing (X_2)	0,287	4,042	0,000	H_2 diterima

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 5, koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa peningkatan kualitas penerapan digital marketing diikuti oleh peningkatan kinerja UMKM. Nilai signifikansi sebesar 0,000 memperlihatkan bahwa hubungan tersebut secara statistik memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi sehingga pengaruh digital marketing terhadap kinerja usaha dapat diterima secara empiris. Pelaku UMKM yang aktif memanfaatkan media sosial dan *marketplace* cenderung memiliki akses pasar yang lebih luas dibandingkan pelaku usaha yang masih mengandalkan pemasaran konvensional. Keberadaan platform digital juga mempermudah proses komunikasi dengan pelanggan, penyampaian informasi produk, serta evaluasi terhadap respons konsumen secara cepat. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa digital marketing tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi telah berkembang menjadi instrumen strategis dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Aprilia (2025) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai bagian dari strategi digital marketing memberikan kontribusi positif terhadap efektivitas kinerja UMKM ketika didukung oleh literasi keuangan dan sistem informasi akuntansi yang memadai. Kajian literatur yang dilakukan oleh Aulia dan Trisnaningsih (2025) juga menyimpulkan bahwa digital marketing menjadi salah satu faktor yang secara konsisten meningkatkan performa usaha karena mampu memperluas akses pasar dan memperkuat interaksi dengan konsumen. Penelitian Tambunan et al. (2026) memperlihatkan bahwa strategi pemasaran digital mampu menciptakan keunggulan kompetitif bagi UMKM melalui peningkatan visibilitas usaha, efisiensi promosi, dan kemampuan menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Hasil penelitian Langit dan Fatchan (2026) menunjukkan bahwa integrasi digital marketing dengan teknologi digital lainnya, seperti *e-commerce* dan *financial technology*, menghasilkan peningkatan performa UMKM yang lebih tinggi dibandingkan penerapan strategi pemasaran secara konvensional. Konsistensi berbagai penelitian tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital pada aspek pemasaran telah menjadi kebutuhan strategis bagi keberlangsungan UMKM.

Hasil penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui konsep Marketing 4.0 yang menekankan integrasi antara interaksi pemasaran secara luring dan daring dalam membangun pengalaman pelanggan yang lebih baik (Kotler et al., 2017). Perkembangan menuju konsep Marketing 5.0 memperlihatkan bahwa pemanfaatan teknologi digital tidak lagi terbatas pada aktivitas promosi, tetapi telah berkembang menjadi pendekatan berbasis data untuk memahami perilaku konsumen dan meningkatkan kualitas layanan (Kotler et al., 2021). Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menjelaskan bahwa digital marketing memberikan nilai strategis karena memungkinkan organisasi mengoptimalkan komunikasi pemasaran berdasarkan karakteristik pelanggan secara lebih tepat sasaran. Pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan berbagai platform digital secara optimal memiliki peluang lebih besar dalam meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus memperluas pangsa pasar. Pola tersebut menjelaskan mengapa pengaruh digital marketing terhadap kinerja UMKM dalam penelitian ini menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan.

Karakteristik responden yang didominasi oleh pelaku UMKM usia produktif memberikan gambaran bahwa tingkat adopsi teknologi digital relatif lebih baik dibandingkan kelompok usia yang lebih tinggi. Kondisi tersebut memungkinkan proses pemasaran digital diterapkan secara lebih intensif melalui pemanfaatan media sosial, *marketplace*, maupun aplikasi komunikasi bisnis yang telah menjadi bagian dari aktivitas usaha sehari-hari. Meskipun demikian, besarnya koefisien regresi digital marketing masih berada di bawah penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, sehingga efektivitas pemasaran digital masih memerlukan dukungan pengelolaan informasi keuangan yang baik agar peningkatan penjualan dapat diikuti oleh peningkatan profitabilitas usaha. Temuan ini memperlihatkan bahwa keberhasilan digital marketing tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memanfaatkan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan mengintegrasikan aktivitas pemasaran dengan pengelolaan bisnis secara menyeluruh. Strategi pemasaran digital yang dirancang secara sistematis berpotensi menjadi salah satu instrumen utama dalam memperkuat daya saing UMKM di Kota Surabaya pada era ekonomi digital.

Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Surabaya. Nilai koefisien regresi sebesar 0,341 dengan nilai *t* hitung sebesar 5,328 dan tingkat signifikansi 0,000 ($<0,05$) menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima. Dibandingkan dua variabel independen lainnya, penggunaan Sistem Informasi Akuntansi memiliki nilai koefisien regresi terbesar sehingga menunjukkan kontribusi yang paling kuat terhadap peningkatan kinerja UMKM dalam model penelitian ini. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pemanfaatan sistem pencatatan keuangan yang terstruktur mampu meningkatkan kualitas informasi keuangan sehingga keputusan bisnis dapat dilakukan secara lebih cepat, tepat, dan berdasarkan data yang akurat. Peran Sistem Informasi Akuntansi sebagai penyedia informasi bagi proses perencanaan, pengendalian, dan evaluasi usaha telah lama menjadi bagian penting dalam pengelolaan organisasi modern (Romney & Steinbart, 2018).

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM

Variabel	Koefisien (β)	<i>t</i> hitung	Sig.	Keputusan
Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (X_3)	0,341	5,328	0,000	H_3 diterima

Sumber: Data primer diolah, 2024

Data pada tabel 6 menunjukkan bahwa penggunaan Sistem Informasi Akuntansi memberikan pengaruh paling besar dibandingkan literasi keuangan dan digital marketing terhadap kinerja UMKM. Nilai signifikansi sebesar 0,000 memperlihatkan bahwa hubungan tersebut memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi sehingga dapat dijadikan dasar dalam menjelaskan pentingnya penerapan sistem informasi pada aktivitas usaha. Pelaku UMKM yang memanfaatkan aplikasi pencatatan keuangan maupun sistem akuntansi digital memiliki kemampuan yang lebih baik dalam memonitor arus kas, mengendalikan biaya operasional, menyusun laporan keuangan, serta mengevaluasi perkembangan usaha secara berkala. Informasi yang dihasilkan melalui Sistem Informasi Akuntansi juga membantu pelaku usaha mengidentifikasi kondisi keuangan secara lebih objektif sehingga keputusan bisnis tidak hanya didasarkan pada pengalaman, tetapi juga pada informasi yang terukur. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas informasi merupakan faktor yang menentukan efektivitas pengelolaan usaha, terutama ketika aktivitas bisnis semakin kompleks.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Ahmad et al. (2024) yang menyatakan bahwa penerapan Sistem Informasi Akuntansi mampu meningkatkan kinerja UMKM melalui penyediaan informasi keuangan yang lebih akurat dan mudah digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Penelitian Tan dan Azmiana (2025) juga membuktikan bahwa Sistem Informasi Akuntansi merupakan salah satu variabel yang memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM ketika dikombinasikan dengan literasi keuangan dan digitalisasi. Hasil penelitian Ramadhana dan Handayani (2025) menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi akuntansi berbasis digital pada UMKM di Kota Surabaya mampu meningkatkan efektivitas operasional serta mempercepat proses pengendalian aktivitas bisnis. Penelitian Diva dan Kurniawan (2025) serta Ningsih dan Fitriani (2025) juga

memperlihatkan bahwa penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pengelolaan keuangan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja usaha. Konsistensi berbagai penelitian tersebut memperlihatkan bahwa kualitas sistem informasi menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan transformasi digital pada sektor UMKM.

Secara teoritis, hasil penelitian ini mendukung pandangan Resource-Based View (RBV) yang menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif organisasi dibangun melalui pemanfaatan sumber daya yang bernilai, sulit ditiru, dan mampu menghasilkan nilai ekonomi secara berkelanjutan. Sistem Informasi Akuntansi dapat dipandang sebagai kapabilitas organisasi karena tidak hanya menghasilkan data transaksi, tetapi juga mengubah data tersebut menjadi informasi yang relevan bagi proses perencanaan, pengendalian, dan evaluasi usaha. Firdaus dan Kartika (2026) menjelaskan bahwa kemampuan memahami sekaligus menerapkan Sistem Informasi Akuntansi akan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan memperkuat daya saing UMKM. Penelitian Rosyida dan Bilgies (2025) juga menunjukkan bahwa sistem akuntansi yang mampu menghasilkan informasi berkualitas berkontribusi terhadap peningkatan akuntabilitas dan efektivitas pengelolaan organisasi. Pola tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan penerapan Sistem Informasi Akuntansi tidak hanya bergantung pada penggunaan perangkat lunak, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan informasi yang dihasilkan sebagai dasar penyusunan strategi bisnis.

Karakteristik responden penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah melakukan pencatatan keuangan, baik secara manual maupun menggunakan aplikasi digital, sehingga penerapan Sistem Informasi Akuntansi menjadi lebih mudah diadopsi dalam aktivitas operasional sehari-hari. Kondisi tersebut menjelaskan mengapa variabel ini memberikan kontribusi paling besar dibandingkan variabel independen lainnya, karena informasi keuangan yang tersusun secara sistematis menjadi dasar bagi hampir seluruh keputusan bisnis, mulai dari penetapan harga, pengendalian biaya, hingga perencanaan investasi. Penerapan Sistem Informasi Akuntansi juga memperkuat efektivitas literasi keuangan dan digital marketing karena setiap aktivitas pemasaran maupun pengelolaan modal dapat dievaluasi berdasarkan informasi keuangan yang terdokumentasi dengan baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan daya saing UMKM memerlukan penguatan kapasitas pada aspek pengelolaan informasi keuangan sebagai bagian dari transformasi digital yang berkelanjutan. Integrasi antara sistem informasi, kompetensi pengelola usaha, dan pemanfaatan teknologi digital menjadi fondasi penting bagi peningkatan kinerja UMKM di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa literasi keuangan, digital marketing, dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Surabaya, baik secara parsial maupun simultan. Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi menjadi variabel yang memberikan pengaruh paling besar terhadap peningkatan kinerja UMKM, diikuti oleh literasi keuangan dan digital marketing, sehingga menunjukkan bahwa kemampuan mengelola informasi keuangan merupakan faktor yang paling menentukan dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,682 menunjukkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan 68,2% variasi kinerja UMKM, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa peningkatan kinerja UMKM tidak hanya bergantung pada kemampuan pemasaran atau penguasaan aspek keuangan secara terpisah, tetapi juga memerlukan integrasi antara kompetensi keuangan, pemanfaatan teknologi digital, dan pengelolaan informasi akuntansi. Hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa transformasi digital pada sektor UMKM perlu diimbangi dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusia agar teknologi yang diadopsi mampu menghasilkan nilai tambah bagi perkembangan usaha. Kontribusi penelitian ini terletak pada penyajian model empiris yang mengintegrasikan ketiga variabel tersebut dalam menjelaskan kinerja UMKM pada konteks Kota Surabaya.

Implikasi praktis penelitian ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan daya saing UMKM perlu diarahkan pada penguatan literasi keuangan melalui pelatihan yang berkelanjutan, perluasan pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pengembangan pasar, serta pendampingan implementasi Sistem Informasi Akuntansi yang mudah diakses dan sesuai dengan karakteristik UMKM. Pemerintah Kota Surabaya, Dinas Koperasi dan UKM, lembaga keuangan, perguruan tinggi, serta penyedia teknologi diharapkan dapat membangun kolaborasi yang mampu mempercepat transformasi digital UMKM secara terpadu. Sinergi tersebut berpotensi meningkatkan kualitas pengambilan keputusan

bisnis, memperkuat efisiensi operasional, dan memperluas daya saing UMKM pada tingkat regional maupun nasional. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya melibatkan responden dari Kota Surabaya serta menggunakan tiga variabel independen dalam menjelaskan kinerja UMKM. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasilnya memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi serta mengintegrasikan variabel lain, seperti dukungan pemerintah, akses permodalan, inovasi bisnis, atau orientasi kewirausahaan sebagai variabel moderasi maupun mediasi. Pengembangan model tersebut diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan kinerja UMKM di tengah dinamika ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F. A., dkk. (2024). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Pengguna Aplikasi Keuangan Digital. *Fairness: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 14(2). <https://doi.org/10.33369/fairness.v14i2.36672>
- Aprilia, H. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Sistem Informasi Akuntansi dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Efektifitas Kinerja UMKM. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 10(1), 1-16. <https://doi.org/10.30631/qgq9s727>
- Aulia, G. S., & Trisnaningsih, S. (2025, May). Kajian Literatur: Sistem Informasi Akuntansi Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Usahapo. In *Proceedings National Conference Sinesia* (Vol. 1, No. 1, pp. 1-18). <https://doi.org/10.69836/ncrcs-sinesia.v1i1.72>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Diva, B. S., & Kurniawan, A. (2025, December). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Mikro (UM) di Kabupaten Nganjuk. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* (Vol. 10, pp. 31-42). <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/9025>
- Firdaus, I. A., & Kartika, I. (2026). Understanding and Application of Accounting Information Systems and Financial Literacy as Determinants of MSMe Performance. *Journal of Organizational Performance and Analysis*, 2(2), 511-524. <https://doi.org/10.64845/optimanus.v2i2.360>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate Data Analysis* (9th ed.). Cengage Learning.
- Hanafi, L. A., & Kurniawati, L. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi, Penggunaan Teknologi Informasi, Sumber Daya Manusia dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UMKM di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 9(1). <https://doi.org/10.29040/jie.v9i1.16621>
- Kautsar, A., & Wahdiat, I. S. (2026). The Effect of Financial Literacy, Digital Payment, and Digital Accounting on the Financial Performance of MSMEs in Gebang District. *Majapahit Journal of Islamic Finance and Management*, 6(2), 1838-1858. <https://doi.org/10.31538/mjifm.v6i2.807>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Usaha Besar*. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons.
- Langit, P. D., & Fatchan, F. H. (2026). The Effect of Accounting Information Systems, Influencer Marketing, E-Commerce, and Financial Technology on the Performance of MSMEs in Surakarta City. *Majapahit Journal of Islamic Finance and Management*, 6(1), 295-322. <https://doi.org/10.31538/mjifm.v6i1.752>
- Martina, S., & Girsang, C. I. (2025). An Analysis of The Influence of Digital Accounting System Integration and Financial Literacy on The Financial Performance of MSMEs in The Era of Industry 4.0. *Jurnal Ilmiah Accusi*, 7(1), 135-144. <https://doi.org/10.36985/4x2nkq39>
- Ningsih, L. F., & Fitriani, N. (2025). Dampak Literasi Keuangan dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Peningkatan Kinerja Keuangan UMKM di Era Digital. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(02), 330-347. <https://doi.org/10.23969/jp.v10i02.29017>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan 2022*. Otoritas Jasa

Keuangan Republik Indonesia.

- Puryanto, N. M. I. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan, Transformasi Digital, Pengalaman Usaha Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Jawa Timur* (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas). <https://eprints.perbanas.ac.id/13177/>
- Ramadhana, N. D., & Handayani, S. (2025). The Influence of Accounting and E-Commerce Information Systems on MSME Performance in the City of Surabaya. *Majapahit Journal of Islamic Finance and Management*, 5(1), 490-505. <https://doi.org/10.31538/mjifm.v5i1.389>
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2018). *Accounting Information Systems (14th ed.)*. Pearson Education.
- Rosyida, I. A., & Bilgies, A. F. (2025). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah: Kompetensi SDM, Standar Akuntansi Pemerintahan, dan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 2(1), 529-539. <https://doi.org/10.62567/micjo.v2i1.445>
- Sa'diyah, S. K., & Wuryaningsih, W. (2024). Dampak Literasi Keuangan dan Kompetensi SDM terhadap Kinerja UMKM di Malang Raya: Peran Moderasi Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal E-Bis*, 8(2), 539-548. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i2.1800>
- Supriadi, I., & Sari, A. K. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan UMKM di Kota Surabaya. *Journal of Economics, Business, Management, Accounting and Social Sciences*, 3(6), 379-388. <https://doi.org/10.63200/jebmass.v3i6.220>
- Tambunan, S. N., Simbolon, N., br Sinulingga, D. S., & Tijani, N. (2026). Strategi Pemasaran Digital Sebagai Keunggulan Kompetitif UMKM di Era Transformasi Digital. *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer dan Informatika*, 10(1), 485-500. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-informatika/article/view/6724>
- Tan, E., & Azmiana, R. (2025). Pengaruh sistem informasi akuntansi, literasi keuangan, dan digitalisasi dalam meningkatkan kinerja UMKM di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 5(10), 1498–1515. <https://doi.org/10.54209/jasmien.v5i10.2080>