

LITERASI KEUANGAN DAN INOVASI DIGITAL: KUNCI KEBERLANJUTAN DAN KETAHANAN UMKM

C. Tri Widiastuti^{1✉}, Nuria Universari², Emaya Kurniawati³

¹Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI
Semarang, Semarang

^{2,3}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Semarang,
Semarang

tri_usm@yahoo.com

ABSTRAK

Pelaku UMKM tidak dapat dipisahkan dari isu perkembangan ekonomi digital yang berperan penting dalam menentukan tingkat keberhasilan UMKM. Target riset ini untuk menganalisis bagaimana literasi keuangan dan inovasi digital mempengaruhi kinerja keuangan UMKM. Riset ini mengaplikasikan teknik kuantitatif untuk menilai variabel bebas literasi keuangan (X_1) dan inovasi digital (X_2) atas variabel terikat kinerja UMKM (Y). Populasi UMKM Kuliner di Kecamatan Semarang Barat. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Pendekatan pengumpulan data dengan kuesioner diukur menggunakan skala likert. Metode penelaah menggunakan *Partial Least Squares* (PLS) melalui aplikasi SmartPLS 3.0. Literasi keuangan dan inovasi digital, menurut temuan penelitian, memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. R square variabel kinerja UMKM sebanyak 0,606. Artinya variabel laten literasi keuangan dan inovasi digital dapat menjelaskan 60,6% variasi kinerja UMKM. Dan selebihnya 39,4% diterangkan oleh komponen yang tidak dikaji dalam riset ini. Implikasinya, pelaku UMKM mampu memperluas akses, meningkatkan pemodalannya dan kinerja UMKM sehingga usahanya terus tumbuh dan berkelanjutan.

Kata kunci: *Inovasi Digital; Kinerja; Literasi Keuangan; UMKM*

ABSTRACT

MSME players cannot be isolated from the issue of digital economic development, which is critical in defining MSMEs' level of success. Investigating the effects of digital innovation and financial literacy on MSMEs' financial performance is the goal of this study. The independent variables financial literacy (X_1) and digital innovation (X_2) on the dependent variable MSME performance (Y) are assessed using quantitative methodologies in this study. Culinary MSMEs populate the West Semarang District. Purposive sampling was used to collect data. A Likert scale was used to assess the data-gathering strategy with a questionnaire. The review approach employs the SmartPLS 3.0 program and Partial Least Squares (PLS). Financial literacy and digital

innovation, according to research findings, have a favorable and significant impact on MSME success. The R-square value for the MSME performance variable is 0.606. That is, 60.6% of the variance in MSME performance can be explained by the latent variables of financial literacy and digital innovation. The remaining 39.4% is explained by variables not examined in this study. The implication is that MSME players can broaden access, raise finance, and improve MSME performance, allowing their firms to develop and be sustainable.

Keywords: *Digital Innovation; Financial Literacy; MSMEs; Performance*

A. PENDAHULUAN

Dewasa ini, teknologi digital berkembang dengan pesat. Perubahan pola pikir serta rutinitas masyarakat dalam kehidupan sehari-hari merupakan dua konsekuensi yang tidak dapat dihindari dari kemajuan teknologi. Di era teknologi digital, semakin banyak masyarakat umum yang menggunakan internet untuk mencari informasi. Kondisi ini mampu merubah gaya hidup masyarakat seperti dapat melakukan dan menyelesaikan pekerjaan dengan cepat, serta berbicara dengan orang lain tanpa perlu bertemu langsung.

Global Digital Report menyebutkan bahwa Indonesia kini memiliki 132 juta pengguna internet, yang mencakup lebih dari separuh populasi penduduknya. Akibatnya, aktivitas masyarakat modern semakin mengandalkan teknologi untuk memenuhi kebutuhannya, seperti melakukan bisnis, menyelesaikan tugas sehari-hari untuk pembelian makanan, pemesanan transportasi, pengiriman barang, pemesanan tiket, dan sebagainya. Manusia memandang tindakannya lebih bermanfaat dan efisien karena kemajuan teknologi.¹

¹ M. Aulia Rachman & Anisa Nur Salam. The Reinforcement of Zakat Management through Financial Technology Systems. *International Journal of Zakat*. 3(1). 57-69.2018
DOI <https://doi.org/10.37706/ijaz.v3i1.68>

Pesatnya kemajuan teknologi digital diimbangi dengan perluasan penggunaannya di berbagai industri. Teknologi digital kini dimanfaatkan dalam sektor perekonomian tidak hanya pada sektor jasa keuangan dan perbankan, namun juga pada kecil dan menengah, menjadi bagian substansial dari sistem ekonomi Indonesia yang mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan perekonomian negara.

Pada Maret 2021 total UMKM di Indonesia enam puluh empat koma dua juta, memberikan kontribusi pada PDB sebesar Rp. 8.573,89 triliun, menyerap 97% total tenaga kerja dan 60,42% total investasi.²

Kinerja perusahaan mengacu pada kemampuan untuk bertahan, berkembang, serta menjaga kemampuan sumber daya sambil melayani keperluan perusahaan. Pemahaman dan pengetahuan keuangan sangat penting bagi pelaku UMKM karena berkaitan dengan pengelolaan keuangan yang sangat berperan dalam menentukan tingkat keberhasilan UMKM. Oleh karena itu, edukasi keuangan sangat esensial untuk pelaku UMKM. Kemampuan pelaku UMKM dalam mengambil keputusan yang baik menunjukkan bahwa pelaku UMKM mempunyai pengetahuan keuangan. Upaya yang dijalankan yaitu meningkatkan ketrampilan keuangan pengelola UMKM dan mewujudkan akuntabilitas keuangan dengan memberikan pengetahuan keuangan bagi pengelola usaha, terutama terkait pembuatan laporan keuangan usaha sehingga UMKM dapat semakin berkembang. Perencanaan keuangan yang kurang baik merupakan dampak dari rendahnya pengetahuan keuangan, akibatnya usaha yang dijalankan tidak mampu untuk berkembang.

Literasi keuangan adalah pemahaman, informasi, kecakapan, tindakan dan aktivitas yang dibutuhkan dalam menetapkan langkah-langkah pengelolaan keuangan dan menjalani kehidupan ekonomi yang sejahtera.

² Limansetyo, H. (2021). UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-%20pilarpenting-dalam-perekonomian-indonesia>, diakses 14 Oktober 2023

Pelaku usaha dengan literasi keuangan yang kuat dapat meningkatkan kinerjanya, penjualan terus tumbuh sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan yaitu tercapainya laba maksimal.³ Di samping itu pelaku usaha dapat mengambil keputusan yang akurat untuk meningkatkan kinerja UMKM. Menurut Muraga & John, ada kaitan yang cukup erat antara literasi keuangan dan kinerja wirausaha. Secara logis pelaku usaha yang mempunyai literasi keuangan yang baik, mampu memahami dan merespons metamorphosis perekonomian, sehingga akan dihasilkan solusi yang inovatif dan terarah untuk meningkatkan kinerja perusahaan.⁴ Literasi keuangan yang rendah mengakibatkan pelaku usaha kesulitan dalam memahami, melihat, dan bertindak terhadap pengelolaan keuangan. Rendahnya literasi keuangan di kalangan pelaku UMKM merupakan permasalahan yang akan berdampak negatif pada perilaku keuangan di masa depan.^{5,6}

Literasi keuangan dan inovasi digital saling melengkapi baik di tingkat individu maupun bisnis. Dengan menggabungkan inovasi digital dan literasi keuangan dapat meningkatkan kinerja organisasi.⁷ Inovasi digital meningkatkan efisiensi waktu dan penganggaran, serta mempengaruhi dan mengubah interaksi sosial

³ Razen, M., Huber, J., Hueber, L., Kirchler, M., and Stefan, M. Financial literacy, economic preferences, and adolescents' field behavior. *Finance Research Letters*. 4.1-6. 2021 <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101728>

⁴ Kinami Paul Muraga & Dr. Ntoiti John. Effect of Financial Literacy on Performance of Youth-Led Entreprises: A Case of Equity Group Foundation Training Program in Kiambu Country. *International Journal of Social Sciences Management and Entrepreneurship*. 2(1). 218-231. 2018. <https://www.semanticscholar.org/paper/EFFECTS-OF-FINANCIAL-LITERACY-ON-PERFORMANCE-OF-LED-Muraga-John/83b480fe56b7b340aa42414fda9e774a8dcf71e7>

⁵ Yenni Del Rosa, Idwar Idwar, Mohammad Abdilla. Literasi Keuangan dan Literasi Digital UMKM Kuliner Kota Padang Sebagai Penggerak Pemulihan Ekonomi Masa Pandemi Global Covid 19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 24(1), 242–258. 2022. <https://doi.org/10.47233/jebd.v24i1.352>

⁶ Reza Rahmadi Hasibuan, Agustin Riyan Pratiwi. Antecedent Repurchase Intention Aplikasi Shopee Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Di Kabupaten Banyumas. *Tirtayasa Ekonomika*, 16(2), 253. 2021. <https://doi.org/10.35448/jte.v16i2.10514>

⁷ Yoshihiko Kadoya, Mustafa Saidur Rahim Khan, Tomomi Yamane. Government's stimulus program to boost consumer spending: A case of discount shopping coupon scheme in Japan. *Sustainability (Switzerland)*, 12(9).2020 <https://doi.org/10.3390/su12093906>

Menuju demokratisasi ekonomi, di mana pelaku UMKM akan memiliki akses dan pemanfaatan informasi teknis yang lebih besar.⁸ Pemanfaatan teknologi digital untuk mengembangkan sektor ekonomi lokal disebut dengan inovasi digital. Untuk memudahkan produksi, distribusi, dan pemasaran produk lokal, inovasi digital diterapkan dalam berbagai aplikasi dan perangkat lunak, termasuk *e-commerce*, *platform* pasar, sistem manajemen perusahaan, dan teknologi lainnya. UMKM sebagai salah satu komponen penting penunjang pertumbuhan ekonomi tidak bisa lepas dari isu peningkatan ekonomi digital yang berperan penting dalam pemasaran barang dan jasa. Penggunaan teknologi digital untuk menginformasikan produk ke khalayak yang lebih luas menjadi alternatif yang mungkin dapat memberikan harapan segar bagi UMKM untuk tumbuh sebagai kekuatan ekonomi. Kemampuan teknologi digital menunjukkan bahwa pengelola UMKM mampu mengadopsi teknologi digital pada berbagai aktivitas usaha. Inovasi digital menjadi salah satu faktor yang berkontribusi terhadap kesuksesan UMKM.

Beberapa temuan penelitian menyoroti dampak literasi keuangan dan literasi digital sehingga UMKM berjalan lebih efektif.^{9,10} Kinerja UMKM ditingkatkan melalui literasi keuangan.^{11,12}

⁸ Knudsen, Dan-Richard. Elusive boundaries, power relations, and knowledge production: A systematic review of the literature on digitalization in accounting. *International Journal of Accounting Information Systems*, 36(xxxx), 100441. 2020. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2019.100441>

⁹ Larissa Adella Octavina, Maria Rio Rita. Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan: Studi pada masa pandemi Covid-19. *STIE Perbanas Press* 2021, 11, 73–92. 2021. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>

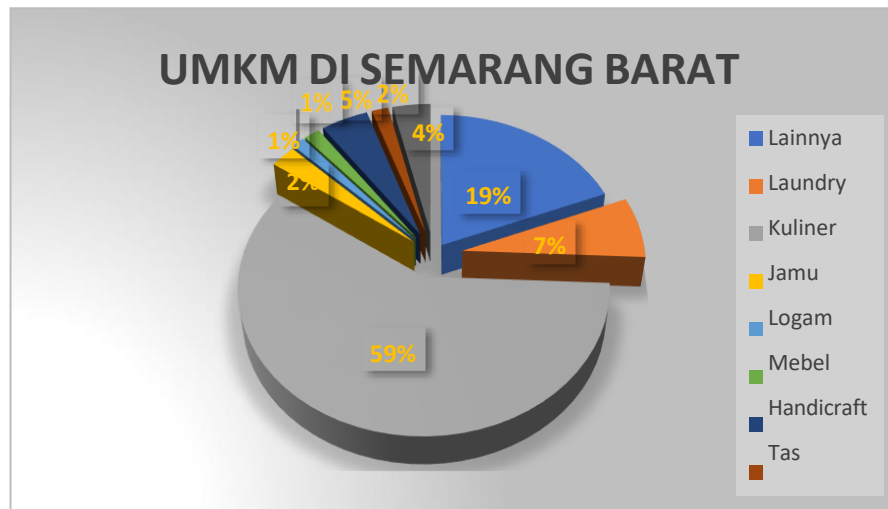
¹⁰ Rosa, *Op.cit.*

¹¹ Mei Ruli Ninin Hilmawati, Rohmawati Kusumaningtias. Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 10(1), 135– 152.2021. <https://doi.org/10.21831/nominal.v10i1.33881>

¹² Nur Asni Aulia, Muhammad Hasan, Muhammad Dinar, Muhammad Ihsan Said Ahmad, Tuti Supatminingsih. Bagaimana Literasi Kewirausahaan dan Literasi Digital Berpengaruh terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian? *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 2(1), 2021. 2021. <https://doi.org/10.26858/je3s.v2i1.19936>

Sedangkan menurut Fitriasari dan Mila, Literasi keuangan dan inovasi digital tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.^{13,14}

Di Semarang, jumlah UMKM pada tahun 2022 mencapai 28.680



Gambar 1. Sebaran UMKM di kecamatan Semarang Barat

UMKM, 1.424 UMKM ada di Kecamatan Semarang Barat. Dengan sebaran usaha mencakup 97 usaha laundry, 842 usaha kuliner, 36 usaha jamu, 18 usaha logam, 22 usaha mebel, 65 usaha handicraft, 23 usaha tas, 52 usaha batik dan 269 jenis usaha lain- lain. Sebaran usaha UMKM di Semarang Barat seperti terlihat pada Gambar 1. Sebagian besar pelaku UMKM khususnya UMKM Kuliner telah mendapatkan pelatihan pengelolaan keuangan dan digitalisasi. Walaupun sudah mengikuti pelatihan pelaku UMKM masih menghadapi permasalahan terkait dengan pengelolaan keuangan dan memanfaatkan teknologi digital untuk melakukan terobosan. UMKM tidak mampu mengelola dana perusahaannya secara efektif dan tidak memiliki rencana anggaran bisnis yang baik.

¹³ Pipin Fitriasari, Bobby Himawan, Maria Yanida, Arif Widyatama. Apakah Literasi Keuangan Dan Inovasi Digital Mampu Meningkatkan Kinerja UMKM Saat Menghadapi Covid – 19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 11(2), 195-202.2021. <https://doi.org/10.37859/jae.v11i2.2833>

¹⁴ Shofiatul Mila, Siti Abdillah Nurhidayah. Peran Literasi Finansial dan Inovasi Digital dalam Meningkatkan Business Performance dan Business Sustainability Pada UMKM di Kabupaten Pekalongan. *Akuisisi: Jurnal Akuntansi*.18(2).212-227. 2022. <https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JA/article/view/994/pdf>

Inovasi digital memberikan kontribusi pada kinerja UMKM, pelaku usaha harus membiasakan diri dengan perubahan-perubahan yang terjadi, paham tradisional harus beralih pada teknologi digital. Dengan teknologi digital dapat membantu pelaku mengembangkan usaha.¹⁵ Dalam mewujudkan usaha UMKM yang baik, diperlukan suatu inovasi yang dapat menaikkan kinerja UMKM. Ndesaulwa dan Mulfachriza menyoroti bahwa Kinerja UMKM dapat dicerminkan dari kemampuan membuat kebaruan dan keberanian menghadapi bahaya yang mungkin timbul.^{16,17} Inovasi adalah metode penerapan transformasi langsung, penyajian, produksi, dan pemrosesan secara cepat atau bertahap, yang hasilnya akan ditunjukkan kepada organisasi dan akan menambah nilai kinerja.¹⁸

Pemanfaatan taktik pemasaran digital merupakan usaha UMKM untuk tumbuh dan berkembang. Kesanggupan UMKM dalam mengubah cara-cara tradisional dengan teknologi yang lebih maju merupakan tekad UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan pendidikan dan kegiatan lain untuk mendorong literasi keuangan dan digitalisasi.¹⁹

¹⁵ Mel Hudson, Andi Smart, Mike Bourne. Theory and practice in SME performance measurement systems", *International Journal of Operations & Production Management*. 21(8).1095- 1115. 2021. DOI.10.1108.EUM0000000005587

¹⁶ Audrey Paul Ndesaulwa, Jaraji Kikula. The Impact of Innovation on Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Tanzania: A Review of Empirical Evidence. *Journal of Business and Management Sciences*. Vol. 4, No. 1, 2016, pp 1-6. <http://pubs.sciepub.com/jbms/4/1/1>

¹⁷ Mulfachriza, Naufal Bachri, Sapna Biby. Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Memiliki Kartu Kredit Bank BRI Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Manajemen Indonesia J-MIND*. 6(1). 70–79. 2021. <https://ojs.unimal.ac.id/jmi/article/view/4878>

¹⁸ Danang Kusnanto, Riska Ayu Oktaviany, Rida Rahma. Pengaruh Trust Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang. *Jurnal Ecoment Global*, 5(1), 40–47. 2020. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i1.912>

¹⁹ Rosa, *Op.cit.*

Humaira mengungkapkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum mampu mengelola keuangan, seharusnya dalam menjalankan usahanya pelaku UMKM mampu membuat perencanaan anggaran serta pengendalian dalam keuangannya.²⁰ Fakta yang ditemukan, walaupun sudah mendapatkan pelatihan literasi keuangan dan digitalisasi pelaku UMKM belum memahami pentingnya pengelolaan keuangan dan belum memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kinerja usahanya.

Berdasarkan latar belakang yang berisi paparan mengenai fenomena, gap dan dukungan teori yang dikemukakan di atas, diketahui permasalahan UMKM terkait literasi keuangan. Di samping itu seiring dengan perkembangan teknologi bagaimanakah pelaku usaha mampu memanfaatkan teknologi dengan inovasi-inovasi yang dapat membantu keberlangsungan usahanya. Dari uraian di atas menarik peneliti untuk mengambil tema berkaitan dengan literasi keuangan dan inovasi digital dengan tema UMKM kuliner di Kecamatan Semarang Barat. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui dampak literasi keuangan dan inovasi digital bagi keberlangsungan usaha khususnya pada pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Semarang Barat.

B. METODE PENELITIAN

Populasi UMKM Kuliner di Kecamatan Semarang Barat diteliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel secara *purposif* dilakukan dengan batasan: UMKM yang telah menjalankan usaha minimal dua tahun dan telah menyelesaikan pelatihan literasi keuangan dan inovasi digital. Data dikumpulkan dengan menyebar kuesioner yang klasifikasikan dengan skala likert, dianalisis dengan Partial Least Squares (PLS) 3.0. Untuk menentukan validitas dan reliabilitas dengan *outer model*. *R-square* dan uji t dengan *Inner model*. Pengujian Hipotesis (*Bootstrapping*) sampel ulang menggunakan seluruh sampel asli.²¹

²⁰ Iklima Humaira, Endra Murti Sagoro. Pengaruh Pengetahuan Keuangan, dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan pada Perilaku UMKM Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul. *Jurnal Nominal*, 7(1). 96-110. 2018
<https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/19363>

²¹ Imam Ghozali, Latan Hengky, Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0. Semarang, 2015: Universitas Diponegoro Semarang

Penelitian ini menggunakan desain pengujian hipotesis dengan tujuan menganalisis, mendeskripsikan, dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh Literasi Keuangan (X_1) dan Inovasi Digital (X_2) pada kinerja UMKM (Y). Variabel penelitian mencakup 1) Kinerja merupakan diskripsi perwujudan dilaksanakannya suatu strategi suatu organisasi untuk mencapai target.²² Di era disrupsi teknologi perusahaan dapat menggapai kinerja yang tinggi yakni dengan menggunakan peralatan, perlengkapan, dan modal finansial milik perusahaan.²³ Penelitian ini akan menyelidiki dampak literasi keuangan dan inovasi digital pada kinerja UMKM dengan indikator: a) Kualitas layanan yang tepat waktu dari pemilik usaha, b) Tingkat keahlian karyawan, c) Efektivitas sistem pelaporan keuangan yang dimiliki, d) Total omzet penjualan yang berkualitas dan layak jual. 2) Literasi Keuangan, pelaku usaha dapat mengambil keputusan yang kompleks apabila dapat menggunakan pengetahuan keuangan yang dimiliki sehingga tujuan usaha dapat tercapai.²⁴ Literasi keuangan memungkinkan pelaku usaha mendeteksi, merespons perekonomian dalam menghasilkan solusi inovatif dan terarah untuk meningkatkan kinerja. Indikator yang dipertimbangkan dalam penelitian ini antara lain: a) transaksi keuangan; b) pengelolaan keuangan; c) imbalan; dan d) lanskap keuangan. 3) Inovasi digital sangat penting agar pelaku usaha tetap eksis. UMKM harus lebih memperhatikan perubahan selera konsumen melalui inovasi digital pelaku usaha harus dapat menyikapi perubahan tersebut dengan meningkatkan kualitas dan pelayanan.²⁵ Inovasi digital yang berkelanjutan diperlukan agar bisnis dapat bertahan dan berkembang.

²² Baby Stephani Kasendah, Candra Wijayangka. Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1). 153-160.2019 <https://doi.org/10.36555/almana.v3i1.459>

²³ Schwab, P. K. *The Fourth Industrial Revolution*. Crown Business Press. 2017.

²⁴ Muraga, *Op.cit.*

²⁵ Nurinda Rahmawati, Asep M. Ramdan, Acep Samsudin. Analisis Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi. *JOMB: Journal of Management and Bussines*. 1(1). 109-119. 2019. DOI: <https://doi.org/10.31539/jomb.v1i1.684>

Dalam penelitian digunakan indikator seperti a) kemampuan bekerja dengan media digital, b) frekuensi bekerja dengan media digital, dan c) semangat dan produktivitas.²⁶

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran UMKM Kuliner Di Kecamatan Semarang Barat

Usaha Kecil Menengah (UMKM) di kecamatan Semarang barat tumbuh signifikan berkat dukungan kuat pemerintah, kemajuan teknis, dan perubahan perilaku pelanggan. UMKM mempunyai peranan penting dalam menumbuhkan perekonomian daerah serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena tingginya jiwa kewirausahaan dan potensi kreatifnya. Dari total 1.424 UMKM di kecamatan Semarang Barat, sebanyak 842 atau 59,12% nya menjalankan usaha di bidang kuliner. UMKM kuliner ini mampu memperkuat daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional melalui penerapan program dan kebijakan. Kriteria UMKM yang dipergunakan dalam penelitian adalah UMKM yang telah menjalankan usahanya minimal 2 tahun dan telah mengikuti pelatihan terkait literasi keuangan dan atau digitalisasi.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Kategori	Jumlah	Prosentase	
Jenis Kelamin	Laki-laki	21	21%
	Perempuan	79	79%
Usia	23-26	8	8%
	27-30	21	21%
	31-34	20	20%
	35-38	24	24%
	39-42	11	11%
	43-46	9	9%
	47-50	5	5%
Pendidikan	52-55	22	22%
	SD-SMP atau Setara	5	5%
	SMA atau Setara	47	47%
	D3/D4/S1 atau Setara	48	48%
Pendapatan	500.000 – 3.000.000	28	28%
	3.000.000 – 5.000.000	39	39%
	5.000.000 – 10.000.000	24	24%
	≥ 10.000.000	9	9%

Sumber: data yang diolah 2023

²⁶Rahmawati, *Op.cit.*

Hasil Pengumpulan Data

Dari 125 kuesioner yang diberikan kepada pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Semarang barat, hanya 100 kuesioner yang lengkap dan dapat dipergunakan. Kuesioner diukur dengan skala likert dapat memberikan informasi tentang atribut responden. Tabel 1. merangkum karakteristik responden. Analisis deskriptif digunakan untuk mengkarakterisasi tanggapan atau jawaban responden (subyek). Berikut kriteria penilaian yang digunakan responden dimana intervalnya dihitung dengan skor evaluasi terendah 1 dan skor penilaian tertinggi 5, dengan rumus:

$$Interval = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan rumus di atas maka batasan penilaian terhadap masing-masing variabel disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Batasan Penilaian

Interval	Kategori
4,20 – 5,00	Sangat Tinggi
3,40 – 4,19	Tinggi
2,60 – 3,93	Cukup
1,80 – 2,59	Rendah
1,00 – 1,79	Sangat rendah

Hasil tanggapan responden terkait dengan variable penelitian terletak antara 3,40 – 4,19 dikategorikan tinggi, di tampilkan pada tabel 3.

Tabel 3. Tanggapan Responden

Varibel	Rata-rata	Kategori
Literasi Keuangan	3,97	Tinggi
Inovasi Digital	3,92	Tinggi
Kinerja UMKM	4,04	Tinggi

Sumber: data yang diolah

Outer Model atau Measurement

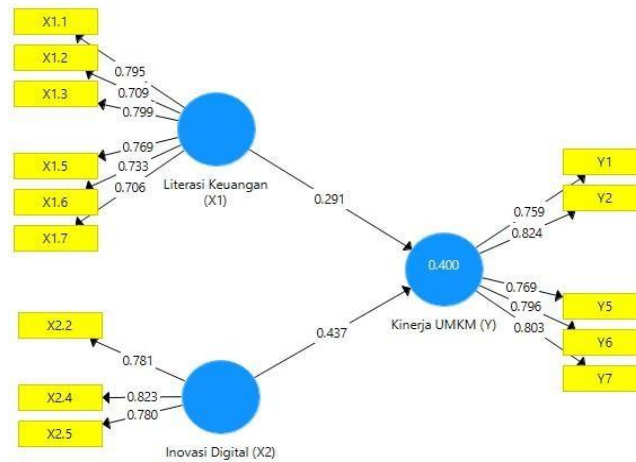
Penilaian *outer model* yang mencakup *cronbach's alpha*, *discriminant validity* dan *composite reliability* disajikan, pada tabel 4.

Tabel 4. Outer Model

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Literasi Keuangan (X1)	0,710	0,887	0,566
Inovasi Digital (X2)	0,850	0,837	0,632
Kinerja UMKM (Y)	0,847	0,893	0,625

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3.0, 2023

Tabel 4. menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* dan *composite reliability* untuk semua konstruk bernilai lebih dari 0,70 dan AVE di atas 0,5 artinya bahwa variable literasi keuangan(X_1), Inovasi Digital (X_2) dan kinerja UMKM (Y) sudah memenuhi ketentuan yang berlaku. Model penelitian struktural yang memenuhi validitas dan reliabilitas disajikan pada gambar 2.



Gambar 2. Outer Model
Sumber: Hasil Olah data SmartPLS 3.0, 2023

Inner Model

Model struktural dievaluasi menggunakan nilai R square. Tabel 5 menampilkan hasil uji R Square.

Tabel 5. R Square

	R Square	Adjusted R
Kinerja UMKM (Y)	0,606	0,594

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS 3.0, 2023

Tabel 5. menunjukkan bahwa R square kinerja UMKM sebesar 0,606. Artinya variabel laten literasi keuangan dan inovasi digital menyumbang 60,6% pada keragaman kinerja UMKM. Sisanya 39,4% dijelaskan oleh karakteristik yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji hipotesis

Hipotesis dilakukan dengan menggunakan metode *bootstrap* yang

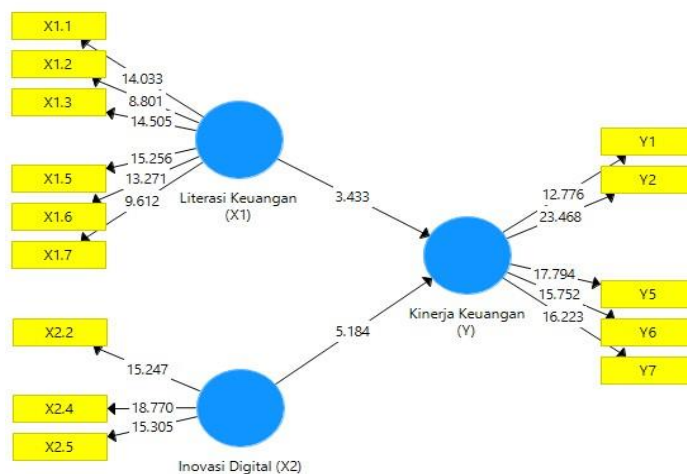
dirancang untuk mengurangi permasalahan anomali dalam penelitian. Estimasi parameter signifikan memberikan banyak informasi mengenai hubungan antar variabel penelitian. Temuan keluaran untuk bobot disajikan pada tabel 6. dan gambar 3. menunjukkan hasil pengujian dalam memanfaatkan *bootstrapping* dari analisis SmartPLS.

Tabel 6.
Uji Hipotesis Berdasarkan Total Effects

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Literasi Keuangan (X1) -> Kinerja UMKM (Y)	0,291	0,301	0,085	3,411	0,001
Inovasi Digital (X2) -> Kinerja UMKM (Y)	0,437	0,439	0,083	5,248	0,000

Sumber hasil Olah data SmartPLS 3.0,2023

Tabel 6. menunjukkan nilai t statistik lebih besar dari 1,660 atau nilai P values kurang dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan temuan tersebut, H₁ dugaan bahwa literasi keuangan berpengaruh besar terhadap kinerja UMKM, diterima. Nilai original sample sebesar 0,291 artinya bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hal ini menyiratkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak yang baik dan besar terhadap keberhasilan UMKM.



Gambar3. Analisis Inner Weight
Sumber: Hasil Olah data SmartPLS 3.0, 2023

Dampak inovasi digital terhadap kinerja UMKM menghasilkan t-statistik sebesar 5,248 dan data t-tabel sebesar 1,660. Dapat disimpulkan bahwa inovasi digital mempunyai dampak besar terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan temuan tersebut, H₂ dapat diterima, inovasi digital berdampak besar terhadap kinerja UMKM. Nilai original sample sebesar 0,437 menunjukkan bahwa inovasi digital memberikan dampak yang baik terhadap kinerja UMKM menguntungkan terhadap kinerja UMKM.

Dampak Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM

Kinerja UMKM secara positif dipengaruhi oleh literasi keuangan. Artinya bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seorang pelaku UMKM maka kinerja UMKM akan semakin baik. Pelaku UMKM kuliner di kecamatan Semarang Barat sudah memiliki pemahaman berkaitan dengan pengelolaan keuangan. Temuan ini diperkuat oleh anggapan bahwa literasi keuangan akan mempengaruhi kemampuan keuangan, khususnya kemampuan memahami konsep dasar ekonomi dan keuangan serta cara menerapkannya dengan benar. UMKM memerlukan bekal untuk menjadi sukses oleh karena itu pelaku UMKM harus memperhatikan keahlian sumber daya manusia yang terlibat dalam pengelolaan keuangan. Untuk meningkatkan kesuksesan perusahaan maka sumber daya manusia harus imajinatif dan berdedikasi.²⁷

Literasi keuangan meningkatkan harga diri, menjadikan UMKM lebih berpengetahuan dan terdidik, serta memungkinkan pelaku memikul tanggung jawab keuangan dan berperan lebih aktif dalam bisnis jasa keuangan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hilmawati dan Nining yang menemukan bahwa Literasi keuangan meningkatkan kinerja UMKM.^{28,29}

²⁷ Dwitya Ariwibawa. Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*.20(1).1- 13. 2019 <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1>

²⁸ Hilmawati, *Op.cit.*

²⁹ Tri Ningsih, Abel Tasman. Pengaruh Financial Literacy Dan Financial Inclusion Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kajian Wirausaha*. 2(4).151-160.2020. <https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/view/10033>

Literasi keuangan membantu usaha kecil dalam mengembangkan informasi, kemampuan, dan kapasitas untuk mengidentifikasi strategi keuangan sembari menentukan keputusan keuangan dan pemilihan layanan. Literasi keuangan juga membantu pelaku usaha dalam mendapat informasi dan keterampilan keuangan yang dibutuhkan dalam rangka mengembangkan rencana bisnis, memulai rencana keuangan, serta mengambil keputusan dalam berinvestasi.³⁰

Dampak Inovasi Digital Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah

Inovasi digital membawa dampak positif terhadap kinerja UMKM. Inovasi digital merupakan usaha pelaku UMKM untuk menerapkan teknologi digital dalam mengatasi masalah atau mencapai tujuan yang lebih efisien, efektif, inovatif, produktif, dan berdaya saing tinggi dalam berbagai sektor usaha. Hal ini juga memungkinkan perubahan yang signifikan dalam cara pelaku UMKM berinteraksi dengan dunia, berbisnis dan berkomunikasi.

Melalui media sosial pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan dan memperkenalkan kuliner nya kepada lebih banyak orang. Dengan inovasi digital berbasis media sosial pelaku UMKM dapat lebih mudah menjaga keunggulan kompetitif dan mengikuti perubahan pasar.³¹ Inovasi digital menjadi suatu keharusan strategis sebagai agenda untuk meningkatkan kinerja. Kemajuan teknologi digital dapat mewujudkan suatu model baru dalam bisnis dan prosesnya.^{32,33,34}

³⁰ Ningsih, Op.cit

³¹ Maria Nila Anggia, Muhammad Rifki Shihab. Strategi Media Sosial untuk Pengembangan UMKM. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159 – 170.2019. <https://doi.org/10.21460/jutei.v2i2.125>

³² Ina M. Sebastian, Jeanne W. Ross, Cynthia Beath, Martin Mocker, Kate G. Moloney, Nils O. Fonstad. How Big Old Companies Navigate Digital Transformation. *Eksekutif Triwulanan MIS* 16(3):197-213. 2017. https://www.researchgate.net/publication/319929433_How_big_old_companies_navigate_digital_transformation

³³ Svahn Fredrik, Lars Mathiassen, Rikard Lindgren. Merangkul inovasi digital di perusahaan lama: Bagaimana mobil Volvo mengelola persaingan. *MIS Triwulanan*. 2017; 41 (1):239–253. 2017. DOI: [10.25300/MISQ/2017/41.1.12](https://doi.org/10.25300/MISQ/2017/41.1.12)

³⁴ Christian Matt, Thomas Hess, Alexander Benlian. Digital transformation strategies. *Business Information Systems Engineering*, 57 (5), 339-343.2017. <https://link.springer.com/article/10.1007/s12599-015-0401-5>.

Pelaku UMKM yang mampu menerapkan inovasi digital akan berdampak pada peningkatan kinerja UMKM, sehingga mampu bertahan dan beradaptasi dengan perubahan teknologi. Inovasi menjadi landasan bagi pelaku UMKM untuk mencapai derajat daya saing dan keunggulan kompetitif yang menjadi landasan untuk bertahan dalam menghadapi persaingan global.³⁵ Dengan inovasi digital pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen potensial yang lebih banyak dan memperluas pangsa pasar; dapat menggunakan aplikasi mobile untuk memudahkan proses transaksi dan pembayaran, serta mempercepat proses produksi dan pengiriman barang, disamping itu pelaku usaha mempunyai potensi untuk menghasilkan jenis inovasi baru untuk mendorong kelangsungan hidup usahanya.³⁶

Menurut Santoso, kemampuan berinovasi berdampak dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing, oleh karena itu, UMKM harus terus berinovasi untuk menghasilkan produk baru yang inovatif dan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan.³⁷ Hal ini juga mendukung temuan Elfahmi dan Jatmika serta Khotimah dan Budi yang menyatakan bahwa kemampuan inovasi UMKM berpengaruh baik dan signifikan terhadap kinerjanya.^{38,39}

³⁵ I Gede Putu Kawiana dan Luh Komang Candra Dewi, Pengaruh Entrepreneurial Marketing dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Bali. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 15(3), 148-159, 2019. doi: <http://dx.doi.org/10.31940/jbk.v15i3.1623>.

³⁶ Kotsopoulos, D., Karagianaki, A., & Baloutsos, S. (2022). Pengaruh sumber daya manusia, kapasitas inovasi, dan krisis Covid-19 terhadap pertumbuhan Perusahaan Intensif Pengetahuan dalam ekosistem inovasi yang digerakkan oleh VC. *Jurnal Penelitian Bisnis*, 139, 1177-1191. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.055>

³⁷ Rudi Santoso. Review of Digital Marketing & Business Sustainability of E-Commerce During Pandemic Covid19 In Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 5(2). 36-48. 2020. DOI : 10.20473/jiet.v5i2.23614

³⁸ Suryono Hadi Elfahmi, Dodik Jatmika. Pengaruh Inovasi Terhadap UKM Naik Kelas Melalui Daya Saing Produk (Studi Indo Burger). *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 1(1), 445-454. 2017. <https://jurnalfti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/view/46>

³⁹ Husnul Khotimah, Saksono Budi. Analisis Peran Inovasi, Kompetensi Akuntansi, dan Dukungan Pemerintah terhadap Daya Saing UMKM Kota Tangerang Selatan. *Keberlanjutan : Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi*, 5(2), 117. 2020. <https://doi.org/10.32493/keberlanjutan.v5i2.y2020.p117-130>

D. SIMPULAN

Berikut ini adalah kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian tentang pengaruh literasi keuangan terhadap inovasi digital: 1) Literasi keuangan memberikan dampak yang menguntungkan terhadap kinerja UMKM. UMKM kuliner di Kecamatan Semarang Barat Kota Semarang yang memiliki literasi keuangan yang kuat dan mampu mengelola keuangannya dengan baik sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat yang berakibat pada peningkatan kinerja UMKM. 2) Inovasi digital meningkatkan kinerja UMKM. Inovasi digital merupakan landasan bagi pelaku UMKM di era teknologi digital agar mencapai tingkat daya saing yang kompetitif.

Saran yang diberikan dalam penelitian ini yakni dengan menambah variabel penelitian untuk memperoleh hasil yang lebih bervariasi sehingga dapat mendapatkan gambaran UMKM secara utuh, bagi pelaku UMKM harus terus mengupdate pengetahuan keuangannya dan terus berinovasi agar dapat mengikuti perkembangan teknologi. Implikasi penelitian ini yakni pelaku UMKM mampu memperluas akses, meningkatkan pemodalan dan kinerja UMKM sehingga usahanya terus tumbuh dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggia, N., M. & Shihab, M. R., Strategi Media Sosial untuk Pengembangan UMKM, *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159 – 170, 2018, <https://doi.org/10.21460/jutei.v2i2.125>
- Asni, A., N., Hasan, M., Dinar, M., Ihsan, M., Ahmad, S., Supatminingsih, T., Ekonomi, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Makassar, U. N., Bagaimana Literasi Kewirausahaan dan Literasi Digital Berpengaruh terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian?, *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 2(1), 2021, <https://ojs.unm.ac.id/JE3SR>
- Ariwibawa. D., Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah, *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1).1- 13, 2016, <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1>
- Elfahmi, S., & Jatmika, D., Pengaruh Inovasi Terhadap UKM Naik Kelas Melalui

-
- Daya Saing Produk (Studi Indo Burger), *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 1(1), 445-454, 2017, <https://jurnalfiti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/view/46>
- Fitriasari, P., Himawan, B., Yanida, M., & Widyatama, A., Apakah Literasi Keuangan Dan Inovasi Digital Mampu Meningkatkan Kinerja UMKM Saat Menghadapi Covid – 19, *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 11(2), 195–202, 2021, <https://doi.org/10.37859/jae.v11i2.2833>
- Fredrik, S., Mathiassen L., Lindgren R., Merangkul inovasi digital di perusahaan lama: Bagaimana mobil Volvo mengelola persaingan. *MIS Triwulanan*, 41 (1), 239–253, 2017, DOI: [10.25300/MISQ/2017/41.1.12](https://doi.org/10.25300/MISQ/2017/41.1.12)
- Ghozali, I dan Hengky, L., *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang, 2015: Universitas Diponegoro Semarang
- Hasibuan, R. R., & Pratiwi, A. R., Antecedent Repurchase Intention AplikasiShopee Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Di Kabupaten Banyumas, *Tirtayasa Ekonomika*, 16(2), 253, 2021, <https://doi.org/10.35448/jte.v16i2.10514>
- Hilmawati, M. R. N., & Kusumaningtias, R., Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah, *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 10(1), 135 – 152, 2021. <https://doi.org/10.21831/nominal.v10i1.33881>
- Hudson, M., Smart, A., & Bourne, M., Theory and practice in SME performance measurement systems", *International Journal of Operations & Production Management*, 21(8), 1095 – 1115, 2021, DOI.10.1108.EUM00000000005587
- Humaira, I., & Sagoro, E. M., Pengaruh Pengetahuan Keuangan, dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan pada Perilaku UMKM Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul, *Jurnal Nominal*, 7(1), 96-110, 2018, <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/19363>
- Kadoya, Y., Rahim., K., M., S., dan Yamane, T., Government's stimulus program to boost consumer spending: A case of discount shopping coupon scheme in Japan, *Sustainability (Switzerland)*, 12(9), 2020,

<https://doi.org/10.3390/su12093906>

- Kasendah, B.S., & Wijayangka, C., Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 153-160, 2019, <https://doi.org/10.36555/almana.v3i1.459>
- Kawiana, I. G. P., & Dewi, L. K. C., Pengaruh Entrepreneurial Marketing dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Bali, *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 15(3), 148–159, 2019, <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK/article/download/1623/1200>
- Khotimah, H., & Budi, S., Analisis Peran Inovasi, Kompetensi Akuntansi, dan Dukungan Pemerintah terhadap Daya Saing UMKM Kota Tangerang Selatan, Keberlanjutan : *Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi*, 5(2), 117, 2020, <https://doi.org/10.32493/keberlanjutan.v5i2.y2020.p117-130>
- Kotsopoulos, D., Karagianaki, A., & Baloutsos, S. Pengaruh sumber daya manusia, kapasitas inovasi, dan krisis Covid-19 terhadap pertumbuhan Perusahaan Intensif Pengetahuan dalam ekosistem inovasi yang digerakkan oleh VC. *Jurnal Penelitian Bisnis* , 139 , 1177–1191. 2022. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.055>
- Knudsen, D. R. Elusive boundaries, power relations, and knowledge production: A systematic review of the literature on digitalization in accounting. *International Journal of Accounting Information Systems*, 36. 2020. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2019.100441>
- Kusnanto, D., Oktaviani, R., A., & Rahma, R., Pengaruh Trust Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang, *Jurnal Ecoment Global*, 5(1), 40–47, 2020, <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i1.912>
- Limansetyo, H., UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia, 2021 <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-20pilarpenting-dalam-perekonomian-indonesia>, diakses 14 Oktober 2023
- Matt, C., Hess, T., & Benlian, A., Digital transformation strategies. *Business Information Systems Engineering*, 57 (5), 339-343, 2017, <https://link.springer.com/article/10.1007/s12599-015-0401-5>.

-
- Mila, S. & Nurhidayah, S., A., Peran Literasi Finansial dan Inovasi Digital dalam Meningkatkan Business Performance dan Business Sustainability Pada UMKM di Kabupaten Pekalongan, *Akuisisi: Jurnal Akuntansi*, 18(2), 212-227, 2022, <https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JA/article/view/994/pdf>
- Mulfachrizza, Bachri, N., & Biby, S., Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Memiliki Kartu Kredit Bank BRI Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderating, *Jurnal Manajemen Indonesia J-MIND*, 6(1), 70–79, 2021, <https://ojs.unimal.ac.id/jmi/article/view/4878>
- Muraga, K.P. & John, N., Effect of Financial Literacy on Performance of Youth-Led Entreprises: A Case of Equity Group Foundation Training Program in Kiambu Country, *International Journal of Social Sciences Management and Entrepreneurship*, 2(1), 218-231, 2018, <https://www.semanticscholar.org/paper/EFFECTS-OF-FINANCIAL-LITERACY-ON-PERFORMANCE-OF-LED-Muraga-John/83b480fe56b7b340aa42414fda9e774a8dcf71e7>
- Ndesaulwa, Paul, A., & Kikula, J., The Impact of Innovation on Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Tanzania: A Review of Empirical Evidence, *Journal of Business and Management Sciences*. 4(1), 1–6, 2016, <https://www.sciepub.com/JBMS/abstract/5562>
- Ningsih & Tasman, Pengaruh Financial Literacy Dan Financial Inclusion Terhadap Kinerja UMKM, *Jurnal Manajemen dan Kajian Wirausaha*, 2(4), 151-160, 2020, <https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/view/10033>
- Octavina, L., & Rita, M., Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan: Studi pada masa pandemi Covid-19, *STIE Perbanas Press* 11, 73–92, 2021, <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>
- Rahman, M. A. & Salam, A. N., The Reinforcement of Zakat Management through Financial Technology Systems, *International Journal of Zakat*. 3(1), 57-69, 2018, DOI <https://doi.org/10.37706/ijaz.v3i1.68>
- Rahmawati, N., Ramdan, A. M., & Samsudin, A., Analisis Nilai Pelanggan dan

-
- Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi, *JOMB: Journal of Management and Bussines*, 1(1), 109-119, 2019, DOI: <https://doi.org/10.31539/jomb.v1i1.684>
- Razen, M., Huber, J., Hueber, L., Kirchler, M., and Stefan, M., Financial literacy, economic preferences, and adolescents' field behavior. *Finance Research Letters*, 4, 1-6, 2021, <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101728>
- Rosa, Y. Del, Idwar, I., & Abdilla, M., Literasi Keuangan dan Literasi Digital UMKM Kuliner Kota Padang Sebagai Penggerak Pemulihan Ekonomi Masa Pandemi Global Covid 19, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 24(1), 242–258, 2022. <https://doi.org/10.47233/jebd.v24i1.352>
- Sebastian, IM, Ross, JW, Beath, C., Mocker, M., Moloney, KG, & Fonstad, NO., Bagaimana Perusahaan Tua Besar Menavigasi Transformasi Digital, *Eksekutif Triwulanan MIS* , 16(3), 197–213, 2017, https://www.researchgate.net/publication/319929433_How_big_old_companies_navigate_digital_transformation
- Santoso, R., Review of Digital Marketing & Business Sustainability of E-Commerce During Pandemic Covid19 In Indonesia, *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 5(2), 36-48, 2020, DOI : 10.20473/jiet.v5i2.23614
- Schwab, P. K., *The Fourth Industrial Revolution*, 2017, Crown Bussiness Press