

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA, DAN DIGITALISASI *MARKETING* TERHADAP KINERJA UMKM BIDANG KULINER DI KABUPATEN BANYUMAS

Ambarwanti¹, Yusriyati Nur Farida^{2*}

¹Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

²Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

*Email corresponding author: yusriyati.farida@unsoed.ac.id

Abstract

This study is a quantitative research using primary data. This study aims to find out and analyze the influence of financial literacy, human resource competence, and marketing digitalization on the performance of MSMEs in the culinary sector in Banyumas Regency. The research data collection technique uses the offline and online questionnaire distribution method. The research population is MSMEs in the culinary sector in Banyumas Regency which is found on the SSCPurwokerto Instagram account. The sample in this study was 81 MSME respondents in the culinary field with a sampling technique, namely simple random sampling. The data analysis in this study uses the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The results of this study show that: (1) Financial literacy has a positive effect on the performance of MSMEs, (2) Human resource competence has a positive effect on the performance of MSMEs, (3) Digitalization marketing has a positive effect on the performance of MSMEs. The implication of this study is that it is expected that the government will take part in improving the performance of MSMEs which is influenced by several factors. MSME actors also improve even more about what factors can affect the performance of the MSMEs themselves so that the business they run can develop and be much better in the long term.

Keywords: *Financial Literacy, Human Resources Competence, Marketing Digitalization, MSME Performance*

Classification:
Empirical Paper

History:
Submitted:
June 4, 2025

Revised:
June 7, 2025

Accepted:
June 10, 2025

Citation: Ambarwanti., & Farida, Y. N. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia, dan Digitalisasi *Marketing* Terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)*. 4(1):139-150.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu bidang yang terdampak akibat dari pandemi Covid-19 yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM adalah salah satu bagian terpenting pada bidang perekonomian dalam hal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan adanya UMKM salah satu permasalahan yang dihadapi Indonesia yaitu mengenai pengangguran dapat dikurangi karena usaha ini menyediakan kesempatan kerja dan pendapatan yang besar bagi masyarakat luas ([Widianingsih et al., 2019](#)). UMKM berperan sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, mencapai 99% dari seluruh unit usaha, dan pada tahun 2023, pelaku UMKM akan mencapai hingga 66 juta. Kontribusi terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) mencapai 61%, atau setara dengan Rp 9.580 triliun, dan UMKM juga mampu menyerap 97% dari total angkatan kerja ([Kadin Indonesia, 2024](#)).

Tabel 1. Pertumbuhan UMKM Indonesia

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (juta)	64,19	65,47	64	65,46	65	66
Pertumbuhan (%)		1,98%	-2,24%	2,28%	-0,70%	1,52%

Sumber: [Kadin Indonesia \(2024\)](#)

Permasalahan yang dialami UMKM yang ada di Banyumas seperti permasalahan mengenai keterbatasan modal dan sumber daya manusia, lemahnya jaringan usaha, inovasi penggunaan teknologi, kendala pemasaran serta pengelolaan pembukuan secara umum ([Adawiyah, 2014](#)). Maka dari itu dibutuhkan kinerja yang baik dari UMKM tersebut agar dapat memaksimalkan usahanya. Kinerja merupakan hasil kerja yang berkontribusi pada profitabilitas dan kepuasan konsumen yang sangat terkait dengan tujuan strategis perusahaan ([Wahyudiati & Isroah, 2018](#)). Dengan demikian, kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang diraih dari suatu pekerjaan dalam sebuah organisasi dan bagaimana suatu pekerjaan tersebut akan dikerjakan baik perorangan maupun kelompok. Untuk mencapai visi dan misi perusahaan, indikator kinerja utama memainkan peran penting dalam semua aspek operasi dan para pelaku usaha harus memahami indikator kinerja utama yang akan digunakan untuk menjamin kelangsungan bisnis di masa depan ([Azhari et al., 2020](#)). Berbagai faktor, termasuk faktor internal dan eksternal, pasti memengaruhi kinerja bisnis suatu perusahaan. Faktor internal misalnya dari dalam usaha yang dijalankan seperti aspek sumberdaya manusia, pengelolaan keuangan, dan aspek pemasaran. Sedangkan faktor eksternal muncul dari luar yang mempengaruhi usahanya seperti kebijakan pemerintah, aspek ekonomi dan sosial budaya.

Faktor pertama yang mempengaruhi kinerja UMKM mengenai pengelolaan keuangan. Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk mengelola keuangan baik secara pribadi maupun kelompok dalam organisasi. Pengelolaan keuangan juga sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari untuk mengatur siklus uang masuk dan keluar. Banyak pelaku UMKM yang masih minim terhadap pengetahuan dan kemampuan mengenai keuangan. Pemerintah memfasilitasi kegiatan peningkatan akses pembiayaan melalui literasi keuangan pada UMKM di Kabupaten Banyumas guna mampu membukukan usaha dan juga dapat mengukur usahanya yang nanti digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan kebutuhan pembiayaan ([DinKop UMKM Jatengprov, 2023](#)). Penelitian [Ilarrahmah dan Susanti \(2021\)](#), yang mengemukakan bahwa literasi keuangan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Berbeda dengan penelitian [Prasetyo dan Farida \(2022\)](#) disebutkan bahwa literasi keuangan ini tidak berdampak signifikan terhadap kinerja UMKM.

Faktor kedua yang mempengaruhi kinerja UMKM yaitu kompetensi sumberdaya manusia. Kompetensi SDM adalah keterampilan yang harus dimiliki setiap orang untuk melakukan tugas yang sesuai dengan bidang keahliannya. Pengembangan SDM tidak hanya terbatas pada pemilik usahanya saja tetapi juga kepada karyawan pekerja di UMKM tersebut. Dalam membangun usaha seseorang juga memerlukan adanya keahlian atau kreativitas pada bidang tertentu. Dengan memberikan pelatihan sesuai bidang keahliannya, sumber daya manusia dapat ditingkatkan. Pemanfaatan sumberdaya manusia sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [Febrianti dan Abdulah \(2021\)](#) mengenai kompetensi sumberdaya manusia menunjukkan hasil yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Desa Trusmi- Cirebon. Namun berbanding terbalik dengan penelitian [Sunarti et al. \(2023\)](#) yang menyatakan kompetensi sumberdaya manusia tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Faktor yang ketiga terkait dengan digitalisasi *marketing* yang dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja suatu UMKM. Digitalisasi *marketing* merupakan cara pemanfaatan media digital untuk pemasaran produk atau jasa sebuah bisnis yang dijalankan. Dengan adanya digitalisasi

marketing membantu mengenalkan produk yang dimiliki dan dibangun oleh pemilik UMKM. [Kawira et al. \(2019\)](#) dan [Basuki dan Husni \(2022\)](#) menyatakan dalam penelitiannya bahwa digitalisasi *marketing* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Berbeda dengan penelitian [Abdullah et al. \(2023\)](#) hasilnya bahwa digital *marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM. Digital *marketing* juga membantu perusahaan dalam hal pemanfaatan waktu yang efisien dan efektif. Maka dari itu digital *marketing* merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM.

Salah satu bidang UMKM yang sedang maraknya berkembang yaitu sektor kuliner. Perkembangan usaha tersebut dengan begitu cepat diketahui dan dikenal oleh masyarakat umum akibat adanya platform yang sudah tersedia seperti *Instagram*, *Tiktok*, dan lain-lain yang memang sudah familiar bagi sebagian masyarakat. Selain itu beberapa diadakan acara besar dalam bidang kuliner yaitu Festival Kuliner Banyumas yang setiap tahun pasti diadakan dan tahun 2023 menjadi tahun kedelapan kalinya. Acara tersebut mengumpulkan banyak pelaku UMKM yang terdapat di Banyumas supaya dapat dikenalkan kepada masyarakat ([Ramadhani, 2022](#)). [Redaksi Joglo \(2023\)](#) menyatakan bahwa Banyumas sendiri sudah diadakan pelatihan mengenai digitalisasi *marketing* oleh pihak pemerintah bagi pelaku UMKM agar dapat memanfaatkan dan menggunakan media digital yang dimiliki dengan baik untuk mendukung pemasaran produk-produknya. Terdapat dosen dari salah satu universitas di Purwokerto yang juga mengadakan sosialisasi dan pelatihan digital *marketing* kepada pemilik UMKM Keripik Pisang bertujuan membantu UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran produk secara efektif, siap bersaing dan peningkatan omzet ([Ciptadi, 2023](#)). Sumber daya yang dibutuhkan dalam pemanfaatan media teknologi digital ini selaras dengan teori *Resource Based View* (RBV) dimana teori ini mengenai inovasi dan ide-ide serta karakter yang tidak dapat ditiru dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

Berdasarkan paparan di atas maka akan dilakukan penelitian berjudul “**Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi Sumberdaya Manusia, dan Digitalisasi Marketing Terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner di Kabupaten Banyumas**”.

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini mencakup empat variabel yaitu literasi keuangan, kompetensi sumberdaya manusia, dan digitalisasi *marketing* sebagai variabel independen dan kinerja UMKM sebagai variabel dependen. Metode penelitian menggunakan kuisisioner yang dibagikan kepada pemilik UMKM bidang kuliner di Kabupaten Banyumas.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan, kompetensi sumberdaya manusia, dan digitalisasi *marketing* terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kabupaten Banyumas.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori *Resource Based View* (RBV)

[Barney \(1991\)](#) mengatakan bahwa teori RBV sangat membantu dalam mendapatkan keunggulan kompetitif jangka panjang untuk perusahaan dengan mendapatkan sumber daya inovatif, langka, dan tidak dapat ditiru. Teori RBV bertujuan untuk menjelaskan mengapa banyak perusahaan berhasil tetapi banyak juga yang tidak berhasil di industri yang sama ([Maulatuzulfa & Rokhmania, 2022](#)). Teori ini juga adalah suatu hal yang penting dalam peningkatan kinerja usaha berdasarkan dari internal usaha yang dijalankan atau dimiliki ([Barney, 2001](#)). Sumber daya yang terdapat pada suatu perusahaan dalam teori RBV memiliki karakteristik yaitu pertama, sumber daya yang ada dapat memenuhi kebutuhan konsumen dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Kedua, sumber daya yang jumlahnya terbatas atau langka. Ketiga, penggunaan sumber daya yang menghasilkan keuntungan. Terakhir keempat, perusahaan memiliki sumber daya yang

tahannya tinggi. Menurut [Sawarjuwono dan Kadir \(2003\)](#) konsep *intellectual capital* dapat diringkas sebagai sumber daya tidak berwujud, yang terdiri dari beberapa bagian yaitu *human capital*, *structural/organizational capital*, dan *relation capital*.

Kinerja UMKM

Kinerja suatu perusahaan adalah gambaran dari hasil kerja yang telah dicapai selama menjalankan kegiatan bisnisnya ([Harini & Handayani, 2019](#)). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah perusahaan yang dimiliki oleh individu atau perusahaan yang termasuk dalam kategori mikro ([Octavina & Rita, 2021](#)). Saat ini, UMKM dapat ditemukan di mana-mana di Indonesia dan merupakan kelompok bisnis yang memiliki potensi besar dan jumlah besar dalam perekonomian. Kinerja UMKM merupakan gambaran capaian hasil kerja secara keseluruhan dalam entitas perusahaan dengan perbandingan sasaran yang telah direncanakan atau ditetapkan terlebih dahulu dan sudah disepakati bersama sesuai dengan ketentuan yang sudah ditentukan dalam Undang-Undang.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam menganalisis, mengelola, dan membaca serta cara berkomunikasi yang berhubungan dengan kondisi keuangan yang berpengaruh terhadap kesejahteraan pada suatu bisnis ([Vitt et al., 2000](#)). Ada dua aspek literasi keuangan yaitu bagaimana menggunakannya untuk mengelola keuangan pribadi dan pengetahuan tentang keuangan pribadi ([Huston, 2010](#)). Menurut [Nababan dan Sadalia \(2012\)](#) terdapat lima aspek pemahaman literasi keuangan yaitu *basic personal finance*, *money management*, *credit and debt management*, *saving and investment*, *risk management*.

Kompetensi Sumberdaya Manusia

Kompetensi merujuk pada keahlian atau keterampilan dalam aspek tertentu sebagai bagian penting dan sebagai unggulan bidang tersebut ([Anrea, 2020](#)). Sumber daya manusia mencerminkan peran penting dengan melakukan pengawasan operasi perusahaan dan struktur manajemennya ([Purwanti & Yuliati, 2022](#)). Kompetensi SDM merupakan suatu kompetensi mengenai pengetahuan, karakteristik kepribadian seseorang, keterampilan dan juga kemampuan yang secara langsung dapat mempengaruhi kinerja usahanya ([Murtadlo dan Hanan, 2018](#)).

Digitalisasi Marketing

Digitalisasi *marketing* atau pemasaran secara digital adalah suatu strategi yang dapat dilakukan oleh pelaku bisnis dalam memanfaatkan media digital untuk pemasaran produk atau usaha yang dijalankan. Menurut [Wijoyo et al. \(2020\)](#) digitalisasi UMKM berdampak pada pertumbuhan UMKM di ruang teknologi dengan memanfaatkan *market intelligence* untuk membuat produk. Digital *marketing* adalah upaya bisnis untuk mempromosikan, memberikan informasi, dan berkomunikasi dengan pembeli melalui internet ([Kotler dan Keller, 2009](#)). Berdasarkan uraian di atas maka peneliti menyampaikan hipotesis sebagai berikut:

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner

Berdasarkan teori *Resource Based View* (RBV) literasi keuangan adalah salah satu sumberdaya tak berwujud yang dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dengan baik dalam meningkatkan dan mewujudkan kinerjanya serta menjadikan keunggulan bagi perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lain ([Rizqi et al., 2021](#)). Pemahaman dan pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan berperan penting dalam perkembangan usaha baik pengelolaan pribadi maupun perusahaan. Dalam suatu usaha literasi keuangan yang baik dapat membentuk dan menciptakan pengelolaan dan pengambilan keputusan keuangan yang baik pula yang membuat kinerja yang dihasilkan lebih optimal ([Gunawan et al., 2021](#)). Seperti halnya penelitian [Widiawan dan Sinarwati \(2023\)](#), [Saputro et al. \(2022\)](#), dan [Puspitasari dan Astrini \(2021\)](#) mengenai literasi keuangan bahwa hasil yang diperoleh menunjukkan terdapat pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan uraian di atas maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

Pengaruh Kompetensi Sumberdaya Manusia terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner

Sumberdaya manusia yang dihasilkan oleh suatu entitas harus dapat mencerminkan nilai perusahaan tersebut. Pelaku UMKM yang didalamnya memiliki kemampuan dan pengetahuan yang jelas akan meningkatkan nilai tambah usahanya. Landasan teori ini sesuai dengan teori *Resource Based View* (RBV) mengenai kompetensi sumberdaya manusia yang dimiliki oleh suatu perusahaan harus memiliki karakter unik dan tidak dapat ditiru oleh pesaing. Apabila kompetensi ini dapat ditingkatkan dan dipertahankan dalam jangka yang panjang maka dapat menjadi sumber investasi untuk kemajuan usaha ([Maulatuzulfa & Rokhmania, 2022](#)). Penelitian [Farhan et al. \(2023\)](#), [Winarso dan Kurniawati \(2022\)](#), dan [Azhari et al. \(2020\)](#) menyatakan bahwa kompetensi sumberdaya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Maka hipotesis yang diajukan sesuai uraian di atas sebagai berikut:

H₂: Kompetensi Sumberdaya Manusia berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

Pengaruh Digitalisasi Marketing terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner

Digitalisasi *marketing* adalah pemanfaatan media teknologi dalam hal pemasaran suatu usaha agar lebih meningkatkan nilai perusahaannya. Penerapan digital *marketing* lebih menghemat biaya dan waktu yang dikeluarkan oleh perusahaan sehingga dapat memaksimalkan keuntungan yang lebih. Sejalan dengan teori yang digunakan yaitu teori *Resource Based View* (RBV), digital *marketing* membuat suatu perusahaan dapat menghasilkan ide-ide atau pemikiran yang bagus dan menarik dengan adanya bantuan dari teknologi yang canggih saat ini. Pelaku UMKM atau usaha dituntut agar melakukan pemasaran produk yang bagus melalui digital atau secara *online* dikarenakan kebanyakan orang saat ini mengandalkan dan menggunakan internet untuk bertahan hidup dalam persaingan ([Suhargo et al., 2022](#)). Sejalan dengan penelitian [Lukiyana dan Yusuf \(2022\)](#), [Huda dan Munandar \(2021\)](#), [Kawira et al. \(2019\)](#), dan [Sidi dan Yogatama \(2019\)](#) terkait digitalisasi *marketing* bahwa memberikan hasil yang positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan pernyataan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H₃: Digitalisasi marketing berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Data penelitian dikumpulkan melalui pembagian kuisioner yang kemudian akan dianalisis dan diolah menggunakan *Statistical Package for the Sosial Sciences* (SPSS). Penelitian dilakukan di wilayah Kabupaten Banyumas dengan populasi yaitu UMKM di Kabupaten Banyumas yang terdapat pada akun *instagram* SSCPurwokerto. Penentuan jumlah sampel penelitian ini dengan rumus *Slovin* berjumlah 81 responden dengan metode *simple random sampling*.

Indikator pengukuran setiap variabel pada penelitian ini yaitu pertama, variabel literasi keuangan menggunakan indikator pengetahuan, perilaku, dan sikap ([OECD, 2020](#)). Kedua, variabel kompetensi sumberdaya manusia diukur dengan indikator kemampuan, keterampilan, dan pengetahuan ([Ardiana et al., 2010](#)). Ketiga, variabel digitalisasi *marketing* menggunakan indikator tingkat kemenarikan promosi penjualan, tingkat promosi penjualan, dan komunikasi dua arah antara penjual dan pembeli ([Rohmah, 2019](#)). Terakhir, variabel kinerja UMKM diukur dengan indikator meningkatkan omset dan pelanggan, tidak kesulitan dalam pengembalian kredit, meningkatkan keuntungan, mengembangkan modal, mengambil keputusan dan membaca peluang, menjaga persaingan bisnis (kestabilannya) ([Kumalasari dan Asandimitra, 2019](#)).

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda dengan *software* SPSS. Pengujian data yang dilakukan menggunakan uji kualitas data terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinearitas, dan terdapat uji hipotesis yang terdiri dari uji t (uji parsial) dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pada pengujian ini untuk seluruh variabel yaitu literasi keuangan, kompetensi sumberdaya manusia, digitalisasi *marketing* dan kinerja UMKM memberikan hasil bahwa $R_{hitung} > R_{tabel} (> 0,361)$ pada setiap instrumen pernyataan masing-masing variabel. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pernyataan pada kuisioner bersifat valid.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dapat dilihat dari uji koefisien *Cronbach's Alpha* yang menunjukkan hasil $> 0,60$. Seluruh variabel pada penelitian ini memberikan hasil pengujian nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$ artinya setiap pernyataan variabel penelitian bersifat reliabel dan dapat digunakan.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran secara umum mengenai penyebaran data dan deskripsi variabel penelitian seperti literasi keuangan, kompetensi sumberdaya manusia, digitalisasi *marketing* dan kinerja UMKM.

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Min.	Max.	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	81	30	50	42.28	4.422
Kompetensi SDM	81	30	50	40.73	4.393
Digitalisasi <i>Marketing</i>	81	29	50	41.86	5.049
Kinerja UMKM	81	30	50	41.30	4.705
Valid N (listwise)	81				

Sumber: *Output SPSS, Data diolah*

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi normal antara variabel dependen dan variabel independen ditemukan dalam model regresi. Uji normalitas ini menggunakan pengujian *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* dengan tingkat keyakinan 5% atau 0,05. Hasil pengujian dikatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikansi *Asymp. Sig* $> 0,05$.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

	Std. Residual	Alpha	Keterangan
<i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>	0,200	0,05	Normal

Sumber: *Output SPSS, Data diolah*

Berdasarkan hasil pengujian normalitas di atas, nilai *Asymp. Sig* menunjukkan $0,200 > 0,05$ yang artinya terdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah ada perbedaan varian dalam residu antara dua pengamatan. Hasil pengujian yang baik yaitu memenuhi kriteria terbebas dari heteroskedastisitas dengan level signifikan diatas 0,05.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,445	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kompetensi Sumberdaya Manusia (X2)	0,172	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Digitalisasi <i>Marketing</i> (X3)	0,539	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: *Output SPSS, Data diolah*

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diperoleh nilai signifikansi variabel literasi keuangan, kompetensi sumberdaya manusia, dan digitalisasi *marketing* > 0,05 yang artinya penelitian ini terbebas dari heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Pada pengujian ini menggunakan uji *run test* dimana apabila nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi autokorelasi antar nilai residual.

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

	<i>Std. Residual</i>	<i>Alpha</i>	Keterangan
<i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>	0,219	0,05	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: *Output SPSS, Data diolah*

Berdasarkan hasil pengujian di atas, maka nilai *Asymp. Sig* sebesar 0,219 > 0,05 yang artinya pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan dalam menentukan apakah terdapat hubungan antara variabel independen pada model regresi. Variabel independen tidak seharusnya berhubungan satu sama lain dalam penelitian model regresi yang baik. Kriteria pada pengujian ini menggunakan nilai *VIF* < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	Nilai <i>VIF</i>	Keterangan
Literasi keuangan (X1)	0,521	1,921	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kompetensi Sumberdaya Manusia (X2)	0,412	2,429	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Digitalisasi <i>Marketing</i> (X3)	0,544	1,839	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: *Output SPSS, Data diolah*

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas di atas, menunjukkan bahwa untuk variabel literasi keuangan, kompetensi sumberdaya manusia, dan digitalisasi *marketing* memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai *VIF* < 10 artinya data penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda melibatkan dua atau lebih variabel terlepas dari variabel dependen, untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh yang dimiliki variabel tersebut.

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

	Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.108	3.054		.035	.972
	Literasi Keuangan	.335	.091	.315	3.693	.000
	Kompetensi SDM	.338	.103	.316	3.293	.001
	Digitalisasi <i>Marketing</i>	.316	.078	.339	4.066	.000

Sumber: *Output SPSS, Data diolah*

Berdasarkan tabel 7 di atas, persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 0,108 + 0,335X_1 + 0,338X_2 + 0,316X_3 + e$$

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial individu. Pada pengujian ini diperoleh hasil uji variabel literasi keuangan memperoleh nilai koefisien positif 0,335 dan nilai signifikan sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) berarti literasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner pada Kabupaten Banyumas. Hal ini disimpulkan bahwa hipotesis satu yang menyatakan literasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM **diterima**. Hasil uji variabel kompetensi sumberdaya manusia menunjukkan nilai koefisien positif sebesar 0,338 dan signifikan sebesar 0,001 yang kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) yang artinya variabel kompetensi sumberdaya manusia menghasilkan pengaruh positif signifikan kepada kinerja UMKM kuliner di Kabupaten Banyumas. Hal ini membuktikan hipotesis dua yang menyatakan kompetensi sumberdaya manusia berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM **diterima**. Hasil uji variabel digitalisasi *marketing* bernilai koefisien positif sebesar 0,316 dan signifikan sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) artinya variabel digitalisasi *marketing* berpengaruh positif signifikan kepada kinerja UMKM kuliner pada Kabupaten Banyumas. Hal tersebut menunjukkan hipotesis tiga dengan pernyataan digitalisasi *marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM **diterima**.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menentukan seberapa besar persentase perubahan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.708	.697	2.590

Sumber: *Output SPSS, Data diolah*

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat dilihat nilai *R Square* sebesar 0,708. Nilai tersebut menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel literasi keuangan, kompetensi sumberdaya manusia, dan digitalisasi *marketing* terhadap kinerja UMKM sebesar 70,8%. Selain itu, temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, kompetensi sumberdaya manusia dan digitalisasi *marketing* dipengaruhi oleh variabel independen lain atau komponen lain yang tidak diteliti pada penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa hipotesis satu diterima. Hal ini menunjukkan semakin baik literasi keuangan perusahaan maka kinerja UMKM yang dihasilkan juga meningkat. Penerapan literasi keuangan di setiap perusahaan sangatlah berperan penting untuk keberlangsungan usaha kedepannya. Hal ini dapat dibuktikan dari hubungan atau kerja sama perusahaan dengan pihak lain yang dapat menunjang usaha tersebut. Sesuai dengan teori RBV yang salah satunya yaitu *relation capital* dimana perusahaan ini akan membutuhkan kontribusi dari mitra diluar usahanya. Selain itu, teori ini menyatakan bahwa perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif dengan menggunakan sumber daya organisasi, modal, dan fisik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [Widiawan dan Sinarwati \(2023\)](#) yang menyebutkan variabel literasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Literasi keuangan dalam sebuah perusahaan tergolong sumber daya yang tidak berwujud tetapi hasil yang diterima dapat dirasakan. Pemahaman dan pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan yang benar berperan penting dalam usaha baik pengelolaan perusahaan maupun untuk pribadi. Pelaku UMKM kuliner di Banyumas yang menjadi responden sudah menjalankan dan

menerapkan literasi keuangan seperti dengan membuat laporan keuangan sederhana minimal dengan pencatatan arus kas masuk dan keluar, kemudian perencanaan keuangan serta penyusunan anggaran. Maka hal ini memperkuat penelitian [Saputro et al. \(2022\)](#) dan [Sulistiyoe et al. \(2022\)](#) mengenai aspek literasi keuangan yang hasilnya berdampak positif dan signifikan kepada kinerja UMKM. Pengambilan keputusan keuangan yang lebih baik dan kinerja yang lebih optimal dapat dicapai melalui literasi keuangan yang baik.

Pengaruh Kompetensi Sumberdaya Manusia terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa hipotesis kedua diterima. Ini membuktikan semakin baik kompetensi sumberdaya manusia suatu perusahaan maka kinerja UMKM yang dihasilkan juga meningkat. Pemanfaatan sumberdaya manusia dalam suatu perusahaan harus dapat dimaksimalkan dengan baik agar membantu dalam keberhasilan yang akan dicapai. Sejalan dengan teori dalam penelitian ini yaitu teori RBV bahwa sumber daya yang langka dapat menjadikan tidak ditiru oleh pesaing dan memiliki keunikan. Salah satunya komponen teori ini adalah *human capital* yang dimana sumber daya dapat mengembangkan dan memberikan inovasi bagi perusahaan. Sumberdaya manusia juga harus dapat menemukan penyelesaian dari suatu masalah berdasarkan pada pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki seseorang.

[Farhan et al. \(2023\)](#) melakukan penelitian yang memberikan hasil kompetensi sumberdaya manusia berpengaruh positif dan signifikan kepada kinerja UMKM di Kota Medan. Kompetensi sumberdaya manusia memegang peranan yang penting didalam perusahaan. Dengan berbekal pelatihan yang dilakukan oleh perusahaan dapat menjadikan *output* yang cukup bagus kedepannya. Sejalan dengan penelitian [Winarso dan Kurniawati \(2022\)](#) mengenai aspek kompetensi sumberdaya manusia memberikan hasil adanya dampak positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Seseorang yang dapat meningkatkan dan mempertahankan kompetensi diri dalam jangka panjang akan menjadikan sumber investasi untuk kemajuan usahanya.

Pengaruh Digitalisasi Marketing terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa hipotesis ketiga diterima. Digitalisasi *marketing* suatu usaha berarti bagaimana cara memanfaatkan media berbentuk digital dalam hal untuk pemasaran produk atau jasa dari usaha yang dijalankan. Sumberdaya yang dimiliki perusahaan dalam teori RBV ini salah satunya dapat menghasilkan keuntungan yang besar dapat didukung dengan adanya pemanfaatan digital marketing karena membantu untuk penekanan biaya yang dikeluarkan sehingga keuntungan yang dicapai dapat dimaksimalkan. Selain itu dalam teori RBV juga menyatakan bahwa adanya digitalisasi *marketing* dapat menghasilkan ide atau gagasan yang menarik dengan bantuan dari teknologi canggih yang sudah ada saat ini. Dengan penerapan digitalisasi *marketing* dalam perusahaan juga membantu mengenalkan usaha kepada khalayak umum seperti masyarakat atau target lain yang menjadi tujuan.

Sejalan dengan penelitian [Huda dan Munandar \(2021\)](#) mengenai aspek digitalisasi *marketing* yang memiliki hasil positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Bima. Dalam penelitian tersebut digital *marketing* terbukti mampu menekan biaya-biaya misalnya biaya pemasaran secara *online* menjadikan lebih efisien dibanding pemasaran konvensional. Penelitian [Basuki dan Husni \(2022\)](#) juga memperkuat dalam aspek digitalisasi *marketing* yang menghasilkan pengaruh positif serta signifikan terhadap kinerja UMKM. Maka untuk digitalisasi *marketing* harus ditingkatkan lagi dengan kreativitas yang lebih bagus agar dapat menaikkan reputasi perusahaan.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan

Simpulan terkait pengaruh literasi keuangan, kompetensi sumberdaya manusia, dan digitalisasi *marketing* terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kabupaten Banyumas sebagai

berikut: (1) Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, (2) Kompetensi sumberdaya manusia berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, (3) Digitalisasi *marketing* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Implikasi

Implikasi dari penelitian ini pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas terutama bidang kuliner untuk aspek keuangan dapat lebih ditingkatkan agar dalam pengelolaan dan pemanfaatan keuangan perusahaan berjalan optimal sesuai dengan tujuan awal. Sosialisasi dan pelatihan mengenai literasi keuangan perlu diadakan secara rutin dan berkelanjutan oleh pihak pemerintah sehingga menjadikan pelaku UMKM sadar akan pentingnya literasi keuangan didalam usaha yang dijalankan. Disisi lain pelaku UMKM juga dapat mempelajari mengenai modal usaha, pendapatan, penggunaan untuk biaya operasional dan kebutuhan yang menunjang usaha tersebut. Pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas dapat memaksimalkan kemampuan dan keahlian yang dimilikinya. Kompetensi sumberdaya manusia yang terdapat pada suatu usaha menjadikan lebih unggul dan bersaing apabila memiliki keunikan dan kreativitas yang lebih dari pesaing. Sumberdaya manusia dapat diberikan pelatihan oleh perusahaan untuk lebih kompeten dan paham dibidangnya serta untuk peningkatan kualitas dari sumberdaya manusia tersebut. Di era pesatnya perkembangan teknologi, pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas terutama bidang kuliner harus dapat menghadapi tantangan yang ada dengan menyusun strategi serta konsisten dalam menjalankan usaha. Maka dari itu baik dari pihak pemerintah maupun perusahaan sendiri harus melakukan setidaknya pelatihan khusus mengenai digital *marketing* agar lebih menguasai dan menjangkau pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., Baso, A. B. A. N., Ilham, I., & Sulkifli, S. (2023). Digital Marketing, Inovasi Produk Dan Sosial Capital Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada UMKM Produk Koral dan Ikan Hias). *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(2), 90–100. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v3i2.122>
- Adawiyah, W. R. (2014). Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi di Kabupaten Banyumas. *JKMP (Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik)*, 2(2), 165.
- Anrea, P. (2020). *Kompetensi Sumber Daya Manusia*. Visual Publish.
- Ardiana, I. D. K. ., Brahmayanti, I. ., & Subaedi. (2010). Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), pp.42-55. <https://doi.org/10.9744/jmk.12.1.pp.42-55>
- Azhari, H. N., Putri, N. K., & Suparlinah, I. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Umkm Di Wilayah Purwokerto Kabupaten Banyumas. *OIKONOMIKA : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 68–77. <https://doi.org/10.53491/oikonomika.v1i2.72>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>.
- Barney, J. B. (2001). Is the Resource-Based “View” a Useful Perspective for Strategic Management Research? Yes. *Academy of Management Review*, 26(1), 41–56. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4011938>.
- Basuki, K., & Husni, A. N. (2022). The Effect of Digital Marketing and Brand Image on MSME Performance MOI Kelapa Gading Square Moderated Product Quality. ... *Research and Critics Institute (BIRCI-Journal ...)*, 5(2), 14311–14322. <https://www.bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/5297>.
- Ciptadi, G. (2023). *Peduli UMKM, Dosen UNU Purwokerto Adakan Pelatihan Digital Marketing*. <https://portal-indonesia.com/peduli-umkm-dosen-unu-purwokerto-adakan-pelatihan-digital-marketing/>.
- DinKop UMKM Jatengprov. (2023). *Peningkatan Akses pembiayaan Melalui Literasi Keuangan Bagi UMKM di Kabupaten Banyumas*. <https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/berita/view/2662>.

- Farhan, A., Ramadhani, S., & Yanti, N. (2023). Pengaruh Aspek Keuangan , Financial Technology , Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) Dan Kebijakan Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Medan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(30), 640–661.
- Febrianti, W., & Abdulah, B. (2021). Dampak Pengelolaan Sumber Daya Manusia Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dari Segi Kompetensi Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus: UMKM Desa Trusmi-Cirebon). *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(3), 1494–1504.
- Gunawan, R. A., Wiratno, A., & Farida, Y. N. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Orientasi Kewirausahaan, Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi COVID-19*.
- Harini, C., & Handayani, S. (2019). Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Sebuah Kinerja UMKM. *DERIVATIF: Jurnal Manajemen*, 13(2), 58–66. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.902>.
- Huda, N., & Munandar, A. (2021). Pengaruh digital marketing dan network dalam meningkatkan kinerja umkm di masa pandemi covid-19. *Journal Scientific of Mandalika*, 2(9), 470–480.
- HUSTON, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>.
- Ilarramah, M. D., & Susanti. (2021). *Pengaruh Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan , Literasi Keuangan Dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja UMKM*. 5(1), 51–64. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3327>.
- Kadin Indonesia. (2024). *UMKM Indonesia*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>.
- Kawira, K. D., Mukulu, E., & Odhiambo, R. (2019). Effect of Digital Marketing on the Performance of MSMEs in Kenya. *Journal of Marketing and Communication*, 2(1), 1–23.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kumalasari, B., & Asandimitra, N. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kinerja UMKM di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(3), 784–795.
- Lukiyana, & Yusuf, N. M. (2022). The Influence of Digital Marketing and E-commerce on MSME Marketing Performance with Entrepreneurship Orientation as Moderating. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 13473–13487. <https://doi.org/https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5204> 13473.
- Maulatuzulfa, H., & Rokhmania, N. (2022). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia , Literasi Keuangan , Modal Keuangan , Dan Modal Sosial Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 171–179.
- Murtadlo, K., & Hanan. (2018). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Kompetensi Sumber Daya Manusia, dan Supply Chain Management Terhadap Kinerja UKM dan Keunggulan Bersaing. *Sketsa Bisnis*, 5(1), 15–27. <https://doi.org/10.35891/jsb.v5i1.1592>.
- Nababan, D., & Sadalia, I. (2012). Analisis Personal Financial Literacy dan Financial Behavior Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. *Media Informasi Manajemen*, 1(1), 1–15.
- Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi UMKM, Literasi Keuangan, dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Masa Pandemi Covid-19. *STIE Perbanas Press 2021*, 11, 73–92. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>.
- OECD, O. for E. C.-O. and D. (2020). *No Title*.
- Prasetyo, E., & Farida. (2022). *Pengaruh E-Commerce , Pengetahuan Akuntansi , Budaya Organisasi dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM*. 1(3), 370–383.
- Purwanti, H., & Yulianti, A. (2022). *Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Di Kabupaten Kediri*. 6(3), 207–224.
- Puspitasari, R., & Astrini, D. (2021). *Dampak Literasi Dan Inkuisi Keuangan Terhadap Kinerja Pelaku UMKM Di Kota Bogor*. 9(2), 435–446. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.771>.
- Ramadhani, S. (2022). *Festival Kuliner Banyumas 2022 sebagai Wadah Mengkenalkan Produk*. <https://www.kompasiana.com>.

- Redaksi Joglo. (2023). *Manfaatkan Teknologi untuk Dukung Pemasaran UMKM*. <https://joglojateng.com/2023/09/04/manfaatkan-teknologi-untuk-dukung-pemasaran-umkm/>.
- Rizqi, S. A., Budiarti, L., & Farida, Y. N. (2021). Pengaruh Modal Awal, Kemampuan Manajerial, Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Operasional UKM Di Kabupaten Tegal Pada Masa Pandemi COVID-19. *NBER Working Papers*, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>.
- Rohmah, N. N. (2019). Efektifitas Digitalisasi Marketing Para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Lombok (Analisis Media Equation Theory). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.31764/jail.v3i1.1363>.
- Saputro, D. C., Ismawati, K., & Nugroho, I. N. E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus pada UMKM Kabupaten Karanganyar). *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 20, 205–213.
- Sawarjuwono, T., & Kadir, A. P. (2003). Intellectual Capital: Perlakuan, Pengukuran Dan Pelaporan (Sebuah Library Research). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 35–57. <https://doi.org/10.1024/0301-1526.32.1.54>.
- Sidi, A. P., & Yogatama, A. N. (2019). Mediasi Intellectual Capital atas Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Iqtishoduna*, 15(2), 129–152. <https://doi.org/10.18860/iq.v15i2.7592>
- Suhargo, E. S., Farida, Y. N., & Hidayat, T. (2022). Pengaruh Digitalisasi UMKM Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 1(2), 132–142.
- Sulistiyo, A., Putranto, A., & Hartiyah, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi Sumberdaya Manusia, Inovasi Produk, Dan Akses Pemasaran Terhadap Kinerja UMKM Di Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(1), 97–113.
- Sunarti, Hasanah, Oktariani, D., Akbar K, D. A., & Afif, S. (2023). The Influence of Human Resource Competence and Financial Aspects on the Performance of MSMEs in the Cirendeu Village Area, South Tangerang. *Endless: International Journal of Future Studies*, 6(2), 278–287. <https://doi.org/10.54783/endllessjournal.v6i2.176>.
- Vitt, L. a., Kent, J., Lyter, D. M., Siegenthaler, J. K., & Ward, J. (2000). Personal Finance and the Rush To Competence: Financial Literacy Education in the U.S. *Personal Finance, January 2000*, 1–234. www.isfs.org/documents-pdfs/rep-finliteracy.pdf.
- Wahyudiati, D., & Isroah. (2018). Pengaruh Aspek Keuangan Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (Sdm) Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Desa Kasongan. *Jurnal Profita*, 2, 1–11.
- Widianingsih, R., Bawono, I. R., Mustafa, R. M., & Nugroho, I. S. (2019). Pengaruh Struktur Pengendalian Internal, Kualitas Sumber Daya Manusia, Kelengkapan Dokumen Arsip Usaha Dan Fungsi Manajemen Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 17(1), 9–23. <https://doi.org/10.36762/litbangjateng.v17i1.782>.
- Widiawan, I. M., & Sinarwati, N. K. (2023). *Pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap kinerja umkm sentra dodol penglatan*. 6(1), 86–96.
- Wijoyo, H., Vensuri, H., Widiyanti, Denok, S., Haudi, Prasada, D., Kristianti, Lily, S., Luffti, A. M., Rizka, I., Akbar, & Musnaini. (2020). *Buku Digitalisasi UMKM*. CV. Insan Cendekia Mandiri. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.
- Winarso, B. S., & Kurniawati, I. (2022). Pengaruh Kemampuan Penyusunan Laporan Keuangan , Kompetensi UMKM dan Latar belakang pendidikan terhadap Kinerja UMKM. *Journal Competency of Business*, 6(1), 26–37.