

**PENGARUH TEKNOLOGI DIGITAL AKUNTANSI, E-COMMERCE, DAN KEUANGAN
DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA UMKM**

Figgo Ahmad Caesar^{1*}, Puji Astuti², Andy Kurniawan³

Universitas Nusantara PGRI Kediri
email: figgoahmadcaesar19@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of accounting digitalization, e-commerce, and digital finance on the performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) managed by Generation Z in the culinary sector of Kediri City. This study employed a quantitative approach using primary data collected through questionnaires distributed to Generation Z entrepreneurs managing culinary MSMEs in Kediri City. The sampling technique used was purposive sampling. The collected data were analyzed using multiple linear regression analysis to examine the partial and simultaneous effects of accounting digitalization, e-commerce, and digital finance on MSME performance. The findings indicate that accounting digitalization, e-commerce, and digital finance contribute to improving MSME performance by increasing operational efficiency, expanding market reach, facilitating financial transactions, and supporting data-based business decision-making. Simultaneously, these three variables play an important role in enhancing the competitiveness and sustainability of Generation Z-managed culinary MSMEs in the digital era. This study offers novelty by integrating accounting digitalization, e-commerce, and digital finance into a single research model and specifically focuses on Generation Z entrepreneurs in the culinary MSME sector of Kediri City. Previous studies generally examined these variables separately and rarely addressed Generation Z as the primary research subject.

Keywords:

Accounting Digitalization; Digital Finance; E-Commerce; Generation Z; MSME performance

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi akuntansi, e-commerce, dan keuangan digital terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dikelola oleh Generasi Z di sektor kuliner Kota Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada pengusaha Generasi Z yang mengelola UMKM kuliner di Kota Kediri. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh parsial dan simultan dari digitalisasi akuntansi, e-commerce, dan keuangan digital terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi akuntansi, e-commerce, dan keuangan digital berkontribusi dalam meningkatkan kinerja UMKM dengan meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, memfasilitasi transaksi keuangan, dan mendukung pengambilan keputusan bisnis berbasis data. Secara simultan, ketiga variabel ini memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM kuliner yang dikelola Generasi Z di era digital. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan digitalisasi akuntansi, e-commerce, dan keuangan digital ke dalam satu model penelitian dan secara khusus berfokus pada pengusaha Generasi Z di sektor UMKM kuliner Kota Kediri. Studi-studi sebelumnya umumnya meneliti variabel-variabel ini secara terpisah dan jarang menjadikan Generasi Z sebagai subjek penelitian utama.

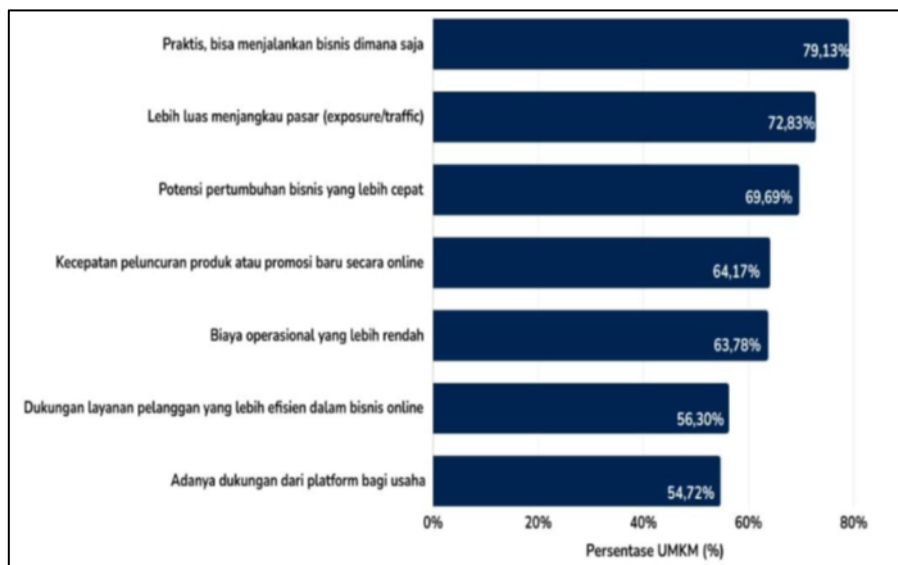
Kata kunci:

Digitalisasi Akuntansi; Keuangan Digital; E-Commerce; Generasi Z; Kinerja UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun, di tengah perkembangan ekonomi digital, UMKM menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha (Suhargo & Prasongko, 2022). Transformasi digital telah mengubah pola pengelolaan bisnis, mulai dari pencatatan keuangan, pemasaran, hingga sistem transaksi. Meskipun demikian, sebagian besar UMKM masih menerapkan metode konvensional sehingga belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam mendukung pengambilan keputusan berbasis data dan peningkatan kinerja usaha (Mumtaha & Khoiri, 2019).

Fenomena transformasi digital semakin relevan dengan munculnya Generasi Z sebagai pelaku usaha baru di Indonesia. Generasi Z merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh di era digital sehingga memiliki karakteristik sebagai *digital native*, yaitu generasi yang sejak kecil telah terbiasa menggunakan internet, media sosial, dan berbagai perangkat teknologi digital (Turner, 2021). Francis dan Hoefel (2020) menjelaskan bahwa Generasi Z cenderung lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, cepat mengakses informasi, serta menjadikan teknologi sebagai bagian penting dalam aktivitas sehari-hari, termasuk dalam berwirausaha. Kondisi tersebut memberikan peluang bagi pelaku UMKM Generasi Z untuk mengintegrasikan teknologi digital dalam pengelolaan usaha sehingga mampu meningkatkan efektivitas dan daya saing bisnis.



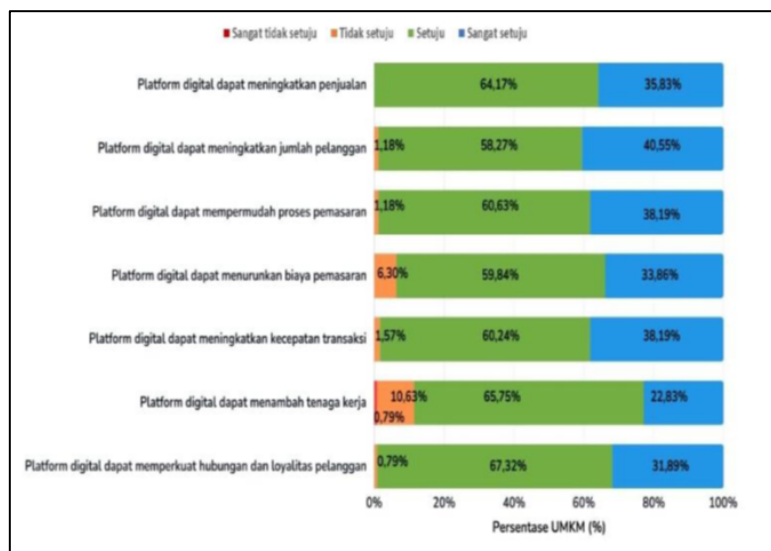
Sumber: (INDEF, 2025)

Gambar 1
Penerapan Digitalisasi pada UMKM di Indoensia

Penggunaan perangkat

digitalisasi pada UMKM di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat, sebagaimana ditunjukkan pada gambar 1 faktor utama yang mendorong UMKM mengadopsi digitalisasi adalah kemudahan dalam menjalankan operasional bisnis dari mana saja 79,13% (Purnomo, 2024). Selain itu, digitalisasi memberikan akses pasar yang lebih luas 72,83% dan mendukung pertumbuhan bisnis yang lebih

cepat 69,69%. Alasan lainnya meliputi kemudahan, efisiensi, dan kecepatan dalam peluncuran produk atau promosi secara online (64,17%), biaya operasional yang lebih rendah 63,78%, serta peningkatan layanan pelanggan 56,30%. Dukungan dari platform digital juga menjadi pertimbangan bagi 54,72% UMKM dalam beralih ke digitalisasi.



Sumber: (INDEF, 2025)

Gambar 2
Dampak Penggunaan Platform Digital pada UMKM di Indonesia

Dampak positif penggunaan platform digital terhadap kinerja UMKM terlihat pada peningkatan penjualan, di mana 64,17% UMKM setuju dan 35,83% sangat setuju bahwa digitalisasi membantu meningkatkan penjualan (Purnomo *et al.*, 2024). Digitalisasi juga meningkatkan jumlah pelanggan, mempercepat proses pemasaran, menurunkan biaya pemasaran, dan meningkatkan kecepatan transaksi. Selain itu, 65,75% UMKM menyatakan bahwa platform digital tidak

menambah beban kerja secara signifikan, sementara 23,83% lainnya sangat setuju (Purnomo *et al.*, 2024). Digitalisasi juga memperkuat hubungan dan loyalitas pelanggan, sebagaimana diakui oleh 67,32% UMKM yang setuju dan 31,89% yang sangat setuju. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya mempermudah pengelolaan dan operasional bisnis, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan efisiensi, keuntungan, dan kinerja UMKM di Indonesia.

Tabel 1
Pertumbuhan UMKM yang Memanfaatkan Digitalisasi di Kota Kediri

Data Pertumbuhan UMKM yang Memanfaatkan Digitalisasi di Kota Kediri (2023–2025)					
Tahun	Kec. Kota	Kec. Mojoroto	Kec. Pesantren	Total UMKM Digital	Pertumbuhan
2023	1.320	1.620	1.030	3.970	-
2024	1.480	1.770	1.160	4.410	11,1
2025	1.640	1.960	1.310	4.910	11,3

Sumber: (BPS Provinsi Jawa Timur, 2025)

Pertumbuhan UMKM yang memanfaatkan teknologi digital di Kota Kediri selama tiga tahun terakhir menunjukkan tren yang positif. Berdasarkan data BPS Provinsi Jawa Timur dan Kementerian Koperasi serta UMKM RI, jumlah UMKM yang mengadopsi teknologi digital meningkat dari 3.970 unit

pada tahun 2023 menjadi 4.410 unit pada tahun 2024, dan mencapai 4.910 unit pada tahun 2025. Peningkatan ini mencerminkan keberhasilan program digitalisasi serta meningkatnya kesadaran pelaku usaha, khususnya generasi muda, akan pentingnya teknologi dalam pengelolaan dan pengembangan usaha. Pertumbuhan

tersebut didukung oleh berbagai program pemerintah, seperti UMKM *Go Digital* dan *Digital Entrepreneur Academy* (DEA), yang membantu pelaku UMKM, terutama di sektor makanan dan minuman, dalam memanfaatkan *platform* digital untuk pencatatan transaksi, pengelolaan keuangan, dan perluasan pasar. Selain itu, sekitar 72% peserta program digitalisasi UMKM di Jawa Timur berasal dari Generasi Z yang dikenal cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi (Jeni Susyanti, 2022).

Dalam perspektif *Resource Based View* (RBV), teknologi digital dapat dipandang sebagai sumber daya strategis yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja organisasi apabila dikelola secara optimal (Aisyah & Puspita, 2022). Digitalisasi akuntansi memungkinkan pelaku usaha memperoleh informasi keuangan yang lebih akurat dan *real-time* (Dewi *et al.*, 2022), *e-commerce* mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efektivitas pemasaran (Nur Fitrah *et al.*, 2023), sedangkan keuangan digital melalui pemanfaatan dompet digital dan sistem pembayaran non-tunai dapat meningkatkan efisiensi, keamanan, serta transparansi transaksi usaha (Partini *et al.*, 2025). Meskipun demikian, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan temuan yang belum konsisten. Beberapa penelitian menemukan bahwa pemanfaatan teknologi digital berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa efektivitas teknologi digital masih dipengaruhi oleh faktor literasi digital dan kesiapan sumber daya manusia dalam mengoperasikan teknologi tersebut (Gilby Sapulette *et al.*, 2023).

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini penting dilakukan karena masih terbatasnya penelitian yang mengintegrasikan digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan keuangan digital dalam satu model penelitian, khususnya pada UMKM yang dikelola oleh Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan keuangan digital terhadap kinerja UMKM yang dikelola oleh Generasi Z pada sektor

kuliner di Kota Kediri. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan literatur akuntansi dan bisnis digital, serta menjadi masukan bagi pelaku UMKM dan pembuat kebijakan dalam mendorong transformasi digital dan peningkatan kinerja UMKM di era ekonomi digital.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS Kinerja UMKM

Kinerja UMKM merupakan tingkat keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah dalam mencapai tujuan bisnis melalui pemanfaatan sumber daya secara efektif dan efisien. Menurut (Nur Fitrah *et al.*, 2023), kinerja merupakan hasil kerja individu atau organisasi dalam periode tertentu yang mencerminkan kualitas, kuantitas, ketepatan waktu, serta kemampuan mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Kinerja tidak hanya menunjukkan hasil akhir yang diperoleh perusahaan, tetapi juga menggambarkan efektivitas proses bisnis yang dijalankan untuk menciptakan nilai tambah dan mempertahankan keberlanjutan usaha (Ladya *et al.*, 2023). Dalam konteks UMKM, kinerja umumnya diukur melalui pertumbuhan penjualan, peningkatan laba, jumlah pelanggan, dan efisiensi operasional.

Dalam perekonomian nasional, UMKM berperan sebagai salah satu penggerak utama ekonomi masyarakat dan memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja (Widodo, 2023). Dalam perspektif *Resource Based View* (RBV), keunggulan kompetitif organisasi ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya internal yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan (Aisyah & Puspita, 2022). Oleh karena itu, pemanfaatan sumber daya berbasis teknologi, seperti digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan keuangan digital, dapat menjadi kemampuan strategis yang membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan pada akhirnya meningkatkan kinerja usaha (Aslamiyah *et al.*, 2024).

Digitalisasi Akuntansi

Digitalisasi akuntansi merupakan proses transformasi sistem pencatatan keuangan konvensional menjadi sistem berbasis teknologi informasi yang lebih otomatis, cepat, dan terintegrasi. Perkembangan teknologi seperti *cloud computing*, *artificial intelligence* (AI), dan *big data* memungkinkan proses pencatatan, pengolahan, dan pelaporan keuangan dilakukan secara digital dan real-time sehingga menghasilkan informasi yang lebih akurat dan efisien (Dasuki *et al.*, 2022). Menurut (Dewi *et al.*, 2022), digitalisasi akuntansi merupakan pemanfaatan sistem informasi berbasis teknologi untuk membantu proses pencatatan dan pelaporan keuangan secara terintegrasi. Murniati *et al.* (2025) menyatakan bahwa sistem akuntansi digital mampu menghasilkan informasi keuangan yang lebih relevan, akurat, dan tepat waktu sehingga mendukung proses pengambilan keputusan.

Dalam perspektif *Resource Based View* (RBV), digitalisasi akuntansi dapat dipandang sebagai sumber daya berbasis teknologi yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif apabila dimanfaatkan secara optimal. Penerapan sistem akuntansi digital memungkinkan pelaku UMKM meningkatkan efisiensi operasional, meminimalkan kesalahan pencatatan, serta memperoleh informasi keuangan yang mendukung perencanaan dan pengambilan keputusan bisnis (Dwirini *et al.*, 2025). Oleh karena itu, semakin baik pemanfaatan digitalisasi akuntansi, semakin besar peluang UMKM untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha dan mencapai kinerja yang lebih baik.

E-Commerce

E-commerce merupakan aktivitas jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui media digital, khususnya internet, dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Jannah & Firdaus, 2024). Pemanfaatan platform digital seperti marketplace, website, dan aplikasi memungkinkan transaksi dilakukan secara lebih mudah,

cepat, dan tidak dibatasi oleh lokasi geografis. Menurut (Nur Fitrah *et al.*, 2023), *e-commerce* mencakup berbagai model transaksi, seperti *Business to Consumer* (B2C), *Business to Business* (B2B), dan *Consumer to Consumer* (C2C), yang seluruhnya bertujuan meningkatkan efisiensi pertukaran barang dan jasa melalui pemanfaatan teknologi digital.

Dalam perspektif *Resource Based View* (RBV), *e-commerce* merupakan sumber daya berbasis teknologi yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Pemanfaatan *e-commerce* memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas pemasaran, mempermudah interaksi dengan pelanggan, serta mengelola transaksi secara lebih efisien (Kedah, 2023). Selain itu, penggunaan teknologi digital dalam *e-commerce* membantu pelaku usaha memahami kebutuhan konsumen dan menyusun strategi bisnis yang lebih responsif terhadap perubahan pasar. Oleh karena itu, semakin optimal pemanfaatan *e-commerce*, semakin besar peluang UMKM untuk meningkatkan daya saing dan mencapai kinerja usaha yang lebih baik.

Keuangan Digital

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi dalam cara individu memperoleh dan menggunakan layanan keuangan. Penggabungan antara teknologi dan sistem keuangan memberikan kemudahan berupa transaksi yang lebih cepat dan akses layanan yang lebih luas tanpa terpengaruh oleh lokasi. Rahmadhani (2025) mendefinisikan keuangan digital sebagai transformasi dalam sektor keuangan yang ditandai dengan pemanfaatan teknologi digital untuk menyediakan berbagai layanan keuangan secara lebih efisien, aman, dan mudah diakses oleh masyarakat. Konsep ini mencakup berbagai inovasi yang memungkinkan individu, pelaku usaha, dan lembaga keuangan mengelola, memproses, serta mendistribusikan dana melalui platform digital.

Keuangan digital hadir dalam berbagai bentuk yang saling terintegrasi

dalam ekosistem keuangan modern, seperti internet *banking*, *mobile banking*, *e-wallet*, dan *payment gateway*, yang memudahkan transaksi keuangan dilakukan kapan saja dan di mana saja (Susanti et al., 2024). Perkembangannya juga sejalan dengan munculnya *financial technology (fintech)* yang menawarkan layanan keuangan yang lebih cepat, efektif, dan mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas (Takdirmin et al., 2025). Inovasi ini tercermin dari meningkatnya penggunaan *e-wallet*, *mobile banking*, dan berbagai aplikasi *fintech*, terutama di kalangan Generasi Z yang cenderung lebih adaptif terhadap teknologi digital (Wahid et al., 2024)

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Digitalisasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM

Dengan menggunakan sistem akuntansi digital, usaha kecil dan menengah di bidang kuliner bisa mengatur uang mereka dengan lebih baik dan jelas. Digitalisasi membantu pemilik usaha untuk melihat arus uang, mencatat penjualan, dan mengatur stok barang dengan lebih tepat dan langsung. Menggunakan teknologi ini tidak hanya mengurangi kemungkinan kesalahan manusia, tapi juga mempercepat cara pengambilan keputusan bisnis karena data yang diberikan lebih tepat dan terbaru. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi akuntansi sangat penting untuk meningkatkan efisiensi dan kejelasan dalam pengelolaan keuangan usaha kecil. (Dwirini et al., 2025) mengatakan bahwa memakai sistem akuntansi digital bisa membuat operasi lebih efektif dan meningkatkan kinerja usaha. Di sisi lain, penelitian oleh (Ladya et al., 2023) menunjukkan bahwa pengaruh digitalisasi akuntansi terhadap kinerja usaha kecil bisa berbeda, tergantung pada seberapa baik pemilik usaha memahami teknologi. Jadi, adopsi teknologi ini harus didukung dengan pelatihan yang baik agar pemilik usaha kecil dapat memanfaatkannya dengan maksimal untuk mengembangkan usaha mereka.

H₁: Digitalisasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

Pengaruh E-Commerce terhadap Kinerja UMKM

Pemanfaatan *e-commerce* memungkinkan UMKM sektor kuliner menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa dibatasi oleh lokasi geografis, sehingga membuka peluang memperoleh pelanggan baru dan meningkatkan penjualan. Selain itu, *e-commerce* membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional melalui penghematan biaya pemasaran dan kemudahan promosi menggunakan berbagai fitur digital. Dalam perspektif *Resource Based View (RBV)*, *e-commerce* merupakan sumber daya berbasis teknologi yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja usaha apabila dimanfaatkan secara optimal. Penelitian (Partini et al., 2025) menunjukkan bahwa *e-commerce* membantu UMKM memperoleh akses pasar yang lebih luas dan meningkatkan keuntungan. Selaras dengan itu, (Nur Fitrah et al., 2023) menemukan bahwa *e-commerce* dapat meningkatkan daya saing dan kinerja UMKM, meskipun efektivitasnya dipengaruhi oleh strategi pemasaran digital dan kesiapan infrastruktur pendukung.

H₂: *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

Pengaruh Keuangan Digital terhadap Kinerja UMKM

Keuangan digital, seperti penggunaan *e-wallet* dan sistem pembayaran nontunai berbasis *QRIS*, memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam mengelola transaksi keuangan secara lebih terorganisir dan efisien. Pemanfaatan platform keuangan digital memungkinkan UMKM menerima pembayaran kapan saja dan di mana saja tanpa bergantung pada uang tunai, sehingga mempercepat proses transaksi dan meminimalkan risiko kesalahan dalam pengelolaan kas. Selain itu, *e-wallet* memberikan kemudahan pembayaran bagi konsumen yang dapat meningkatkan minat berbelanja, penjualan, dan profitabilitas usaha (Aflagaly et al., 2025). Selaras dengan itu, (Afriani Manullang et al., 2023)) menemukan bahwa *fintech* dan inklusi keuangan berpengaruh positif terhadap

kinerja UMKM melalui peningkatan profitabilitas, efisiensi operasional, dan daya saing usaha. Kondisi ini semakin relevan bagi Generasi Z yang memiliki kemampuan adaptasi teknologi yang tinggi, sehingga pemanfaatan keuangan digital menjadi salah satu faktor yang mendorong peningkatan kinerja UMKM (Diva & Anshori, 2024).

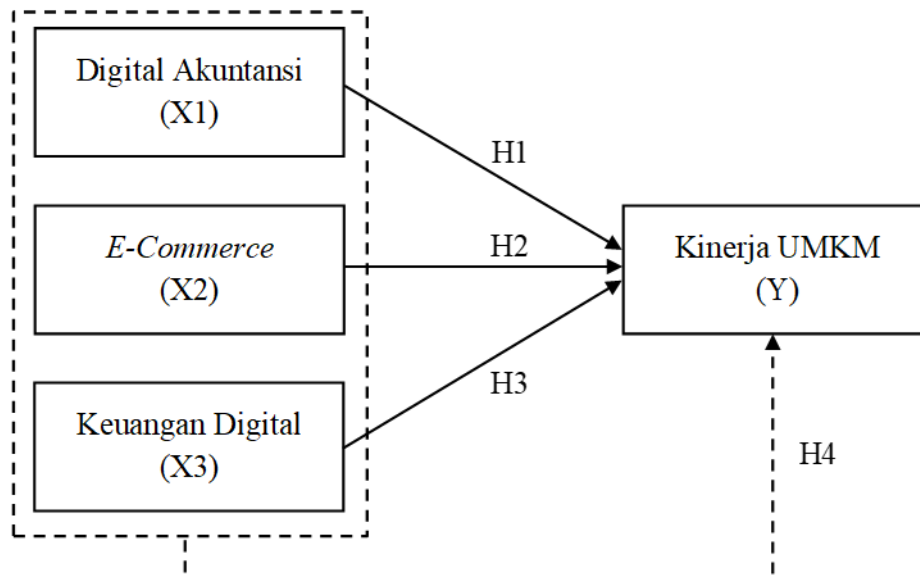
H₃: Keuangan digital berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

Pengaruh Digital Akuntansi, E-Commerce, dan Keuangan Digital terhadap Kinerja UMKM

Pemanfaatan digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan keuangan digital secara bersamaan dapat meningkatkan kinerja UMKM yang dikelola oleh Generasi Z pada sektor kuliner di Kota Kediri. Digitalisasi akuntansi membantu meningkatkan efisiensi dan transparansi keuangan serta mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat (Wijaya *et al.*, 2023). Di sisi lain, *e-commerce* memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas pemasaran, dan

memperkuat hubungan dengan pelanggan (Kurnia & Tatmimah, 2023). Sementara itu, keuangan digital mempermudah proses transaksi melalui sistem pembayaran digital yang cepat, aman, dan terverifikasi serta menghasilkan data transaksi secara *real-time* (Susanti *et al.*, 2024). Ketiga aspek tersebut saling terintegrasi dalam satu ekosistem digital, di mana transaksi dari *e-commerce* dapat tercatat secara otomatis dalam sistem akuntansi digital dan didukung oleh mekanisme pembayaran digital yang efisien. Sinergi tersebut mendorong efisiensi operasional dan peningkatan kinerja UMKM secara lebih menyeluruh (Wahid *et al.*, 2023). Oleh karena itu, semakin tinggi penerapan digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan keuangan digital secara bersamaan, maka semakin baik pula kinerja UMKM yang dikelola Generasi Z sektor kuliner di Kota Kediri.

H₄: Digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan keuangan digital secara simultan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM



Sumber: Data diolah 2026

Gambar 3 Kerangka Konseptual

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji hubungan dan pengaruh digitalisasi akuntansi (X1), *e-commerce* (X2), dan keuangan digital (X3)

terhadap kinerja umkm (Y) yang dikelola oleh Generasi Z pada sektor kuliner di Kota Kediri. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menghasilkan data yang objektif, terukur, dan dapat diuji secara statistik melalui pengujian hipotesis berdasarkan

data numerik. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima poin kepada pelaku UMKM sektor kuliner yang dikelola oleh Generasi Z di Kota Kediri. Metode survei dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh informasi secara langsung dari responden mengenai pemanfaatan digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan keuangan digital dalam kegiatan usaha mereka secara efisien. Creswell (2018) menjelaskan bahwa metode survei kuantitatif digunakan untuk memperoleh data yang menggambarkan opini, sikap, dan perilaku individu terhadap suatu fenomena.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner yang dikelola oleh Generasi Z di Kota Kediri. Berdasarkan data Dinas Koperasi, Usaha Mikro, dan Tenaga Kerja Kota Kediri Tahun 2026, jumlah UMKM sektor kuliner tercatat sebanyak 1.250 unit usaha. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling*, sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden penelitian. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 93 responden, yang dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*error tolerance*) sebesar 10%, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot (e)^2}$$

keterangan:

n = Jumlah sampel
 N = Jumlah populasi
 e = Tingkat kesalahan yang digunakan (10% atau 0,1)

$$n = \frac{1.250}{1 + 1.250 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.250}{1 + 1.250 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{1.250}{1 + 12,50}$$

$$n = \frac{1.250}{13,50}$$

n = 92,59 (dibulatkan menjadi 100)

Selanjutnya, data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 25 untuk menguji pengaruh digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan keuangan digital terhadap kinerja UMKM yang dikelola oleh Generasi Z pada sektor kuliner di Kota Kediri.

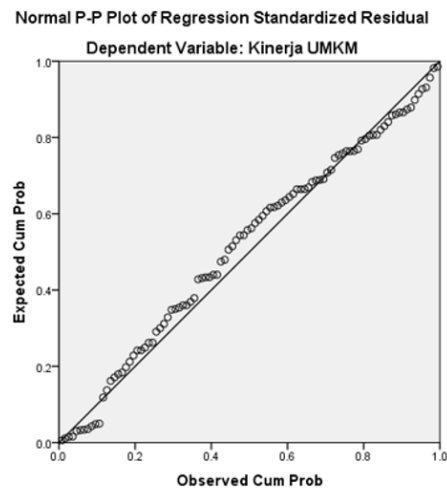
HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya penyimpangan data saat dilakukan uji asumsi klasik atau persamaan regresi berganda. Pengujian ini terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Adapun hasil dari pengujian asumsi klasik sebagai berikut:

Uji Normalitas.

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali 2018). Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan grafik Normal P-P Plot metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan kriteria pengambilan keputusan jika nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) > 0,05, maka data berdistribusi normal dan Jika nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal. Berikut grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* :



Sumber: Output SPSS dari data primer yang diolah (2026

Gambar 4
Hasil Normal Probability Plot

Berdasarkan gambar 4 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar

di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi. Berikut tabel hasil uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*:

Tabel 2
Uji Kolomogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.60072916
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.063
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Output SPSS dari data primer yang diolah (2026)

Hasil uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,200 > 0,05$), sehingga dapat dikatakan bahwa data residual terdistribusi normal. Hasil ini menunjukkan bahwa residual

model tidak mengalami penyimpangan dari distribusi normal, sehingga model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Selain melalui uji *Kolmogorov-Smirnov*, normalitas data juga dapat didukung dengan melihat grafik Normal P-P Plot untuk memastikan bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal. Data

dikatakan berdistribusi normal apabila titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sebaliknya, jika titik-titik residual menyebar jauh atau tidak mengikuti garis diagonal, maka data tidak berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar

variabel independen dalam model regresi (Ghozali 2018). Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Digitalisasi Akuntansi	.990	1.010
E-Commerce	.975	1.025
Keuangan Digital	.984	1.016

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

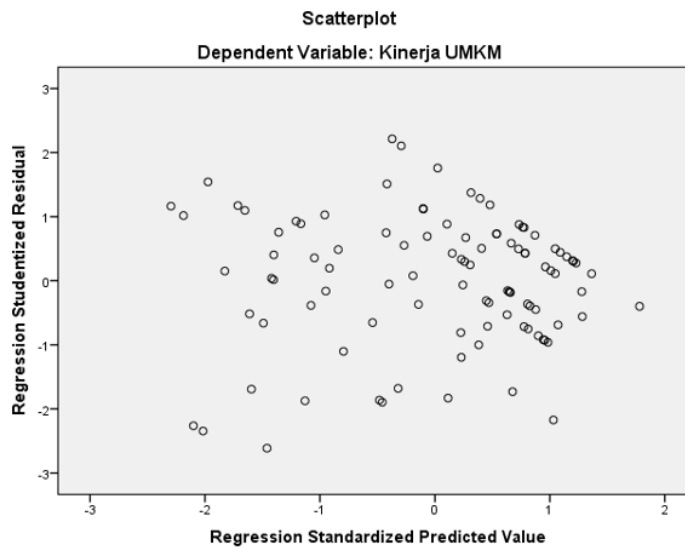
Sumber: Output SPSS dari data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, variabel digitalisasi akuntansi memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,990 dan VIF sebesar 1,010, variabel e-commerce memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,975 dan VIF sebesar 1,025, sedangkan variabel keuangan digital memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,984 dan VIF sebesar 1,016. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* di atas 0,10 (> 0,10) dan nilai VIF di bawah 10 (< 10).

Nilai *Tolerance* yang tinggi dan nilai VIF yang mendekati angka 1 menunjukkan bahwa hubungan antarvariabel independen relatif rendah. Dengan kata lain, tidak terdapat korelasi yang kuat di antara variabel digitalisasi akuntansi, e-commerce, dan keuangan digital yang dapat memengaruhi kestabilan model regresi. Dapat dikatakan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini, pengujian dilakukan menggunakan metode *Glejser*. Model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05 (> 0.05). Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (< 0,05), maka model regresi mengalami gejala heteroskedastisitas. Pendeteksian heteroskedstisitas juga dapat dilakukan dengan melihat pola pada grafik Scatterplot anatara nilai prediksi variabel dependen dengan residual. Jika titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastistas seperti yang ditampilkan pada grafik dibawah ini.



Sumber : Output SPSS dari data primer yang diolah (2026)

Gambar 5
Grafik Scatterplot

Berdasarkan Gambar 5 *grafik scatterplot* terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Penyebaran titik yang tidak teratur tersebut menunjukkan

bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi heteroskedastisitas dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.269	1.242		4.244	.000
Digitalisasi Akuntansi	-.026	.034	-.068	-.753	.401
E-Commerce	.012	.035	.032	.337	.737
Keuangan Digital	-.028	.036	-.073	-.776	.439

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Output SPSS dari data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Glejser*, diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05. Variabel digitalisasi akuntansi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,401, variabel *e-commerce* sebesar 0,737, dan variabel keuangan digital sebesar 0,439. Nilai signifikansi ketiga variabel tersebut berada di atas tingkat signifikansi 0,05.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan antara satu variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen, serta untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Dengan model regresi yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Tabel 5
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.567	2.232		-2.046	.043		
Digitalisasi Akuntansi	.530	.061	.562	8.622	.013	.990	1.010
E-Commerce	.258	.063	.269	4.099	.028	.975	1.025
Keuangan Digital	.437	.064	.446	6.832	.023	.984	1.016

Sumber: Output SPSS dari data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Kinerja UMKM} = -4,567 + 0,530X_1 + 0,258X_2 + 0,437X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar -4,567 menunjukkan kondisi dasar kinerja UMKM sebelum dipengaruhi oleh ketiga variabel independen. Koefisien regresi digitalisasi akuntansi sebesar 0,530 mengindikasikan bahwa peningkatan penerapan digitalisasi akuntansi akan meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,530 satuan. Selanjutnya, koefisien *e-commerce* sebesar 0,258 menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital dalam pemasaran dan penjualan dapat meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,258 satuan. Sementara itu, koefisien keuangan digital sebesar 0,437 menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan layanan keuangan digital mampu meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,437 satuan. Dengan demikian, semakin optimal pemanfaatan digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan keuangan

digital, maka semakin baik pula kinerja UMKM yang dihasilkan.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dilakukan meliputi uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), koefisien determinasi.

Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghazali (2018), uji t digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (individu). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t parsial ini ditentukan berdasarkan nilai signifikansi. Berdasarkan nilai signifikansi, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (< 0,05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi sama dengan atau lebih besar dari 0,05 (> 0,05), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 6
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.567	2.232		-2.046	.043

Digitalisasi Akuntansi	.530	.061	.562	8.622	.013
E-Commerce	.258	.063	.269	4.099	.028
Keuangan Digital	.437	.064	.446	6.832	.023

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Output SPSS dari data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Variabel digitalisasi akuntansi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,013, sehingga H_1 diterima yang menunjukkan bahwa digitalisasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Variabel *e-commerce* juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,028, sehingga H_2 diterima yang berarti *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Demikian pula, variabel keuangan digital memiliki nilai signifikansi sebesar 0,023, sehingga H_3 diterima yang menunjukkan bahwa keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Dengan demikian, semakin baik penerapan digitalisasi akuntansi, pemanfaatan *e-commerce*, dan penggunaan keuangan digital, maka

semakin tinggi pula kinerja UMKM yang dikelola oleh Generasi Z pada sektor kuliner di Kota Kediri.

Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018), uji f digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Dengan kriteria pengujian dalam uji F simultan ini ditentukan berdasarkan nilai signifikansi, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_4 diterima, yang berarti variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi sama dengan atau lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$), maka H_0 diterima dan H_4 ditolak, yang artinya variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 7
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	990.385	3	330.128	47.329	.000 ^b
	Residual	669.615	96	6.975		
	Total	1660.000	99			

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

b. Predictors: (Constant), Keuangan Digital, Digitalisasi Akuntansi, E-Commerce

Sumber: Output SPSS dari data primer yang diolah (2026)

)
 Berdasarkan hasil uji ANOVA, diperoleh nilai signifikan (Sig.) sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Karena nilai signifikansi berada di bawah

0,05 ($< 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_4 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan keuangan digital secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel digitalisasi akuntansi, *e-*

commerce, dan keuangan digital dalam mempengaruhi kinerja UMKM. Hasil uji

koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 ^a	.597	.584	2.641

a. Predictors: (Constant), Keuangan Digital, Digitalisasi Akuntansi, E-Commerce

b. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Output SPSS dari data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel *Model Summary*, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,584. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 58,4% variasi kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh variabel digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan keuangan digital yang dimasukkan ke dalam model penelitian. Sementara itu, sebesar 41,6% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak diteliti.

Pembahasan

Pengaruh Digitalisasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil uji t, variabel Digitalisasi Akuntansi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,013 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Digitalisasi Akuntansi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan digitalisasi akuntansi, maka semakin baik pula kinerja UMKM.

Digitalisasi akuntansi memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan, serta pengelolaan informasi keuangan secara lebih efektif dan efisien. Dengan adanya sistem yang terkomputerisasi, pelaku usaha dapat memperoleh informasi keuangan yang lebih cepat dan akurat sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan usaha. Oleh karena itu, penerapan digitalisasi akuntansi menjadi salah satu faktor yang dapat mendukung peningkatan kinerja UMKM.

Pengaruh E-Commerce terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil uji t, variabel *e-commerce* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,028 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* dapat membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan peluang penjualan. Melalui platform digital, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Selain itu, *e-commerce* juga memudahkan proses promosi, transaksi, dan komunikasi dengan pelanggan. Dengan demikian, semakin optimal penggunaan *e-commerce*, maka semakin baik pula kinerja UMKM yang dihasilkan.

Pengaruh Keuangan Digital terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil uji t, variabel Keuangan Digital memiliki nilai signifikansi sebesar 0,023 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Keuangan Digital berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM.

Penggunaan layanan keuangan digital memberikan berbagai kemudahan bagi pelaku UMKM dalam melakukan transaksi keuangan. Adanya layanan seperti mobile banking, dompet digital, dan pembayaran berbasis QRIS dapat membantu mempercepat proses transaksi serta meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan usaha. Kemudahan tersebut memungkinkan pelaku UMKM untuk menjalankan usahanya dengan lebih efektif

sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha secara keseluruhan.

Pengaruh simultan Digitalisasi akuntansi, E-Commerce, dan Keuangan digital terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan keuangan digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Selain itu, hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,584. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 58,4% variasi kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh variabel digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan keuangan digital, sedangkan sisanya sebesar 41,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan Kinerja UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan oleh kombinasi berbagai aspek digital yang saling mendukung. digitalisasi akuntansi membantu pengelolaan keuangan usaha, *e-commerce* mendukung perluasan pasar, dan keuangan digital mempermudah proses transaksi. Ketiga faktor tersebut secara bersama-sama dapat meningkatkan efektivitas operasional dan mendukung perkembangan UMKM di era digital.

KESIMPULAN dan SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM yang dikelola oleh Generasi Z pada sektor kuliner di Kota Kediri, baik secara parsial maupun simultan. Digitalisasi akuntansi membantu meningkatkan kualitas pengelolaan dan penyajian informasi keuangan, *e-commerce* memperluas pasar dan meningkatkan efektivitas penjualan, sedangkan keuangan digital mendukung efisiensi transaksi dan pengelolaan keuangan usaha. Secara simultan, ketiga aspek tersebut membentuk ekosistem digital yang saling mendukung sehingga

mampu meningkatkan efisiensi operasional, efektivitas pengelolaan usaha, dan daya saing UMKM di era digital.

Hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa pemanfaatan digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan keuangan digital dapat meningkatkan kinerja UMKM melalui peningkatan efisiensi operasional, kualitas pengelolaan keuangan, dan perluasan pasar. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi acuan bagi pelaku UMKM dan pemerintah dalam mendorong transformasi digital serta penyusunan program pendampingan dan pelatihan bagi UMKM di era digital.

Pelaku UMKM disarankan untuk mengoptimalkan pemanfaatan digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan keuangan digital secara terpadu guna meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha. Pemerintah dan instansi terkait diharapkan terus memperkuat program pendampingan dan pelatihan digital bagi UMKM. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti literasi digital, inovasi usaha, dan orientasi kewirausahaan, serta memperluas objek penelitian pada sektor atau wilayah yang berbeda.

REFERENSI

- Afriani Manullang, Dinda Cinta Nainggolan, Karin Aurani, Nichollin Stiffanny, Sherina Alim, & Hafiza Adlina. (2023). Strategi Ekspansi Global Pada Perusahaan Starbucks Dalam Bisnis Internasional. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 25–40. <https://doi.org/10.58192/profit.v2i3.969>
- Aisyah, H., & Puspita, S. (2022). RESOURCE-BASED VIEW: STRATEGI UMKM DI SUMATERA BARAT UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN KOMPETITIF. In *Halaman* (Vol. 109, Issue 120). <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/1029>
- Aslamiyah, F., Adila Windarti, R., Farleni, S., Sanjaya, V. F., & Raden Intan

- Lampung, U. (2024). Al-A'Mal 176 PENDEKATAN RESOURCE-BASED VIEW (RBV) DALAM MANAJEMEN BISNIS: STRATEGI UNTUK KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN. In *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* (Vol. 1).
- Dasuki, R. E., Resource, T., & View..., B. (2022). *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen Manajemen Strategi: Kajian Teori Resource Based View*.
- Dewi, L. I. W., Hilendri, B. A., & Kartikasari, N. (2022). Faktor-faktor yang Memengaruhi Digitalisasi Informasi Akuntansi pada UMKM di Kota Mataram. *Riset, Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan)*, 3(2), 121–136.
<https://doi.org/10.30812/rekan.v3i2.2377>
- Dwirini, D., Zuhroh, S., & Subekti, R. (2025). Digitalisasi Akuntansi, Persaingan dan Jejaring Sosial Pada UMKM Kuliner Palembang. *Owner*, 9(1), 529–541.
<https://doi.org/10.33395/owner.v9i1.2588>
- Gilby Sapulette, S., Anakotta, F. M., Rooy, M. V., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Pattimura, U. (2023). *Volume 4 Nomor 1 Tahun 2023*.
<https://doi.org/10.46306/rev.v4i1>
- Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi Vol, J., Khasanah, A., Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan Milatul A, I. K., Universitas Islam Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan Gunawan Aji, ini K., Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan Alamat, I. K., Pahlawan Km, J., & Kajen Kab Pekalongan, R. (2024). *KAMPUS AKADEMIK PUBLISHER Menuju Masa Depan Akuntansi: Akuntansi di Era Big Data dan Kecerdasan Buatan*.
<https://doi.org/10.61722/jemba.v1i2.152>
- Jannah, M. S., & Firdaus, R. (2024). *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara THE INFLUENCE OF ACCOUNTING DIGITALIZATION AND E-COMMERCE ON INNOVATION IN DECISION MAKING IN A COMPANY*.
<https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Kedah, Z. (2023). Use of E-Commerce in The World of Business. *Startupreneur Bisnis Digital (SABDA)*, 2(1).
<https://doi.org/10.34306/sabda.v2i1.273>
- Kurnia, S., & Tatmimah, I. (2023). *The Influence of E-Commerce Utilization and Accounting Information Systems on the Performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs)*.
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/invoice>
- Ladya, A., Dewi, S., Masdiantini, P. R., Ekonomi, J., & Akuntansi, D. (2023). Pengaruh Akses Permodalan, E-Payment dan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Buleleng. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha* (Vol. 14, Issue 03).
- Mumtaha, H. A., & Khoiri, H. A. (2019). Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce). *JURNAL PILAR TEKNOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Ilmu Teknik*, 4(2).
<https://doi.org/10.33319/piltek.v4i2.39>
- Nur Fitrah, M., Studi Akuntansi, P., Ekonomi, F., & Maulana Malik Ibrahim, U. (2023). *PENGARUH E-COMMERCE DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP EFEKTIVITAS KINERJA UMKM DI KOTA MALANG*. 7(2), 2023.
- Partini, S., Utomo, A. S., Iryanto, I., & Hidayat, N. (2025). *Peran Mediasi Pemahaman Akuntansi Digital, E-Commerce, dan Kualitas Laporan Keuangan Dalam Pengaruh Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM di Soloraya*.
<https://doi.org/10.60126/sainmikum.v2i4.1193>
- Purnomo, S., Nurmalitasari, N., & Nurchim, N. (2024). Digital transformation of

MSMEs in Indonesia: A systematic literature review. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 301–312.
<https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i2.1121>

Widodo. (2023). *MANAJEMEN KOPERASI DAN UMKM CETAK*.

Wijaya, R. S., Rahmaita, Murniati, Nini, & Mariyanti, E. (2023). Digitalisasi Akuntansi Bagi Pelaku UMKM Di Lubuk Minturun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas*, 2(01), 40–44.