



# JRAK

Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis (e-journal)

p-ISSN: 2407-828X e-ISSN: 2407-8298

Vol. 11, No. 1, Januari 2025

<https://jurnal.plb.ac.id/index.php/JRAK/index>

## PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA UMKM

Elvira Frischa Aulia<sup>1</sup>, Revi Sasti Mariska<sup>2</sup>, Novie Susanti Suseno<sup>3</sup>

Universitas Garut

Email: [24022121003@fekon.uniga.ac.id](mailto:24022121003@fekon.uniga.ac.id)<sup>1</sup>, [24022121025@fekon.uniga.ac.id](mailto:24022121025@fekon.uniga.ac.id)<sup>2</sup>,  
[noviesusantisuseno@uniga.ac.id](mailto:noviesusantisuseno@uniga.ac.id)<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*Our main objective in conducting this research is to identify the relationship between MSME performance and the level of financial literacy and social media usage in Garut Regency. The purpose of this study is to help MSMEs, which in turn will help the economy, the labor market, and the field of management and economic theory. The sample for this study consists of all micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Garut Regency, which is 45 samples. The author used a questionnaire to collect information directly from the MSME players in Garut Regency. After collecting data through surveys and literature studies, the author analyzed it using multiple linear regression and the coefficient of determination. Quantitative methods were used in this study. Based on the research results, there is an influence between financial literacy and the success of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) tend to do better when their owners are financially literate and active on social media.*

**Keywords:** *financial literation; media social usage; MSMEs; performance*

### Pendahuluan

Indonesia memiliki populasi tertinggi keempat di dunia, hanya setelah AS, Tiongkok, dan India (Factbook, 2020). Pengangguran dan kesulitan ekonomi hanyalah dua dari sekian banyak masalah yang mungkin timbul akibat jumlah penduduk yang sangat besar ini. Salah satu bidang yang dapat mendongkrak perekonomian dan menurunkan pengangguran adalah usaha

mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Damayanti & Nirmala, 2024). Dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pembangunan ekonomi, dan berupaya pemeratakan pendapatan, perusahaan kecil dan menengah (UKM) berkontribusi besar dalam meningkatkan kualitas hidup (Budiman & Hidayah, 2021). Menurut data yang dihimpun Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) Indonesia,

sebanyak 64,2 juta usaha, atau 99,99% dari seluruh usaha di negara ini pada tahun 2018, merupakan UMKM. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mempekerjakan hampir seluruh dari 117 juta orang yang bekerja di sektor usaha tersebut. Fakta bahwa UMKM menyumbang 61,1% dari PDB Indonesia—produksi ekonomi negara secara keseluruhan—bahkan lebih penting lagi (Kementerian Keuangan RI, 2020).

Usaha kecil dan menengah (UKM) berlimpah di Jawa Barat, seperti halnya di seluruh Indonesia, terutama di Kota Garut, di mana UMKM telah berkembang dengan cepat dan menunjukkan peran penting mereka dalam perekonomian lokal. Terdapat 667.795 UMKM di Provinsi Jawa Barat, dengan Garut sebagai kota dengan jumlah UMKM terbanyak, yaitu 69.365 UMKM (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2022). Namun demikian, masih banyak masalah dengan pertumbuhan UMKM, seperti masalah kinerja yang terus dihadapi oleh bisnis UMKM di Indonesia (Masduki, 2019). Keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi diukur dari kemampuannya untuk mencapai tujuannya dalam jangka waktu tertentu (Maulatuzulfa & Rokhmania, 2022). Salam *et al.*, (2019) berpendapat bahwa tujuan evaluasi kinerja bisnis di sektor UMKM adalah untuk mendorong ekspansi perusahaan, mengeksplorasi prospek bisnis internal dan eksternal, dan meningkatkan semua kompetensi yang dimiliki oleh para pelaku bisnis. Jadi, untuk memastikan UMKM dapat bertahan dalam bisnis, kita perlu melakukan sesuatu untuk mengatasi kinerja mereka yang buruk. Memperoleh pengetahuan yang lebih baik tentang pengelolaan keuangan yang bijaksana adalah salah satu tindakan yang mungkin dilakukan (Ramdhani *et al.*, 2022).

Menurut Fransiska, (2022) Salah satu strategi untuk membantu UMKM mengatasi permasalahannya adalah dengan meningkatkan literasi keuangan masyarakat. Selama kurun waktu 2019–2022, tingkat literasi keuangan Indonesia meningkat 11,65%, dari 38,03% menjadi 49,68%. Jawa Barat menjadi salah satu provinsi dengan persentase literasi keuangan tertinggi di Indonesia, yaitu sebesar 56,10% pada tahun 2022, bersama dengan Jawa Timur, Jawa Tengah, dan DKI Jakarta (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Menurut Ket Cung, 2023 Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat memperoleh manfaat besar dari peningkatan literasi keuangan karena akan membantu mereka beradaptasi lebih cepat terhadap perubahan kondisi pasar dan memberikan solusi yang lebih spesifik terhadap permasalahan.

Kembangkan usaha mikro, kecil, atau menengah (UMKM) Anda dengan bantuan media sosial dan edukasi keuangan. Dalam hal periklanan, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sering kali beralih ke media sosial (Suseno *et al.*, 2021). Saat ini, ada banyak sekali situs jejaring sosial, termasuk Instagram, Facebook, dan Whatsapp. Berdasarkan hasil riset, terdapat seratus tiga puluh tiga juta pengguna media sosial di Indonesia hingga Januari 2024. Angka ini mewakili lebih dari 50% dari keseluruhan pengguna media sosial di Indonesia (Kemp, 2024). Media sosial juga berfungsi sebagai stimulan untuk pemasaran dan usaha kewirausahaan. (Azhar & Akhtar, 2020). Dengan menggunakan berbagi konten, *blogging*, *microblogging*, jejaring sosial, dan *bookmark* di internet, pemasaran media sosial adalah metode langsung dan tidak langsung dalam mempromosikan produk untuk meningkatkan pengetahuan, mengingat, mengidentifikasi, dan

perspektif pembeli. Secara teoritis, kinerja UMKM meningkat seiring meningkatnya keterlibatan media sosial (Nguyen *et al.*, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Hilmawati & Kusumaningtias (2021) menunjukkan bahwa literasi keuangan mempengaruhi kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah. Penelitian yang dilakukan oleh Pramestiningrum & Iramani (2019) berdampak pada kinerja UMKM yang lebih buruk ketika literasi keuangan rendah. Penelitian tambahan yang dilakukan oleh Christoper & Kristianti (2020) menyatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang baik dan substansial terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Berbeda dengan penelitian Rusdi dan Armiani (2023) yang tidak menemukan adanya pengaruh media sosial terhadap kinerja UMKM, penelitian ini justru menemukan adanya pengaruh. Keaslian penelitian ini terletak pada pengembangan penelitian Mastarida sebelumnya dengan memasukkan Literasi Keuangan sebagai variabel independen di samping Media Sosial (Mastarida, 2022). Selain itu, penelitian ini terletak di Kabupaten Garut, yang merupakan area yang kurang dieksplorasi dalam literatur yang ada. Penelitian ini menawarkan pemahaman baru mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku UMKM di wilayah lokal, yang mungkin berbeda dari konteks perkotaan atau daerah lain yang lebih sering menjadi fokus penelitian.

Pentingnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai pencipta lapangan kerja dan penggerak pembangunan menjadikan penelitian ini sangat bermanfaat bagi perekonomian daerah. Mengetahui bagaimana usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat menjadi lebih melek finansial merupakan tujuan utama penelitian ini.

Lebih jauh, penelitian ini akan melihat potensi pemasaran media sosial, yang memberikan usaha kecil dan menengah (UMKM) perangkat yang mereka butuhkan untuk berhasil. Temuan penelitian ini juga dapat memandu para pembuat kebijakan dalam mengembangkan aturan dan inisiatif pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan dan kompetensi teknologi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pemahaman kita tentang manajemen dan ekonomi, tetapi juga memiliki implikasi dunia nyata yang membantu UMKM di Kabupaten Garut tumbuh.

Temuan studi ini menunjukkan bahwa banyak UMKM di Indonesia, khususnya di Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat, mengalami kendala dalam mengelola arus kas, perencanaan anggaran, dan pembiayaan yang menghambat pada kinerja bisnis UMKM. Hal ini diperparah oleh kurangnya literasi keuangan di Indonesia secara umum, yang menempatkan negara ini jauh tertinggal dari negara-negara ASEAN lainnya. Temuan ini diperkuat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan, di mana pelaku UMKM di Garut mengungkapkan bahwa kesulitan dalam mengelola arus kas, minimnya pemahaman terkait strategi investasi, serta keterbatasan akses terhadap pendanaan menjadi tantangan utama dalam menjalankan usaha mereka. Teori RBV yang digunakan dalam penelitian ini menegaskan bahwa keterampilan dan sumber daya perusahaan sangat penting bagi pertumbuhannya karena berfungsi sebagai dasar bagi kinerja dan daya saing perusahaan (P.R.R & Triyanto, 2023). Perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif melalui pengembangan strategi yang

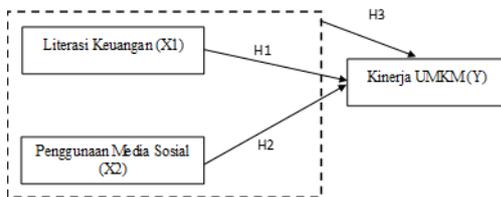
memanfaatkan sumber daya fisik dan tidak berwujud, menurut hipotesis *Resource Based View* (Jufri et al., 2021). Menurut Situmorang et al. (2023), metode *Resource Based View* (RBV) dapat ditentukan dengan mempertimbangkan berbagai komponen, termasuk transparansi, transferabilitas, dan ketahanan. Menurut gagasan ini, usaha kecil dan menengah (UKM) dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja mereka dengan menggunakan literasi keuangan dan teknologi informasi sebagai sumber daya internal (Nafisa Amalia Afifah & Eko Triyanto, 2023). Literasi keuangan mengacu pada pemahaman yang luas tentang pola pikir dan manajemen fiskal untuk kesuksesan moneter (Landang et al., 2021). Kemampuan untuk mengelola sumber daya keuangan diri sendiri, organisasi, atau perusahaan dengan bijaksana merupakan aspek lain dari literasi keuangan (Naufal & Purwanto, 2022). Ketika masyarakat memiliki literasi keuangan, mereka akan lebih mampu memanfaatkan peluang yang ada dan menabung untuk masa depan. Literasi keuangan yang lebih tinggi dikaitkan dengan pengelolaan uang yang lebih baik (Prawiga & Putri, 2024). Menurut Sari dan Listiadi (2021), literasi keuangan terdiri dari empat komponen, yaitu pengetahuan dasar tentang keuangan pribadi, tabungan, asuransi, dan investasi. Pengelolaan keuangan yang efektif akan menjadi mudah jika seseorang memiliki pemahaman yang kuat tentang masalah keuangan. Hal ini mencakup hal-hal seperti perencanaan keuangan bulanan, investasi, asuransi, dan tabungan darurat (Halim et al., 2024). Penelitian yang dilakukan oleh Rizal Ramadhan et al. (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap keberhasilan UMKM. Rosliyati

dan Iskandar (2022) menemukan bahwa literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) karena cara organisasi ini mengelola dana mereka.

Seiring meningkatnya literasi keuangan, pengguna sekarang dapat secara aktif terlibat, berbagi, dan membuat konten di platform media sosial. Karena dampaknya yang besar terhadap perilaku pengguna di era digital. Melalui teknologi berbasis *web*, individu dapat terlibat dalam diskusi yang dinamis melalui media sosial. Menurut Gani (2020). Struktur distribusi informasi diubah secara signifikan oleh media sosial karena memungkinkan pertukaran dua arah yang difasilitasi oleh teknologi internet (Nurdin et al., 2021). D. Yadi Heryadi et al. (2023) menemukan bahwa perusahaan mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki kinerja yang lebih baik ketika mereka memiliki kehadiran media sosial yang tinggi. Sebagai bagian dari penelitian mereka Arianto & Sofyan (2022) Mereka juga mengatakan bahwa media sosial membantu dalam branding untuk keberhasilan usaha kecil dan menengah (UKM).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Mastarida (Mastarida, 2022), *novelty* (kebaruan) dari penelitian ini yaitu dengan penambahan Literasi Keuangan sebagai variabel independen selain Media Sosial. Selain itu, penelitian ini terletak di Kabupaten Garut, yang merupakan area yang kurang dieksplorasi dalam literatur yang ada. Penelitian ini menawarkan pemahaman baru mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku UMKM di wilayah lokal, yang mungkin berbeda dari konteks perkotaan atau daerah lain yang lebih sering menjadi fokus penelitian.

Dengan melihat bagaimana literasi keuangan dan media sosial memengaruhi keberhasilan UMKM, penelitian ini berharap dapat menyelesaikan beberapa perselisihan dan masalah yang muncul di masa lalu “**Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Di Kabupaten Garut**”. Berdasarkan penjelasan dan permasalahan penelitian, berikut ini beberapa teori yang mungkin dapat dipertimbangkan, seperti terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1**  
**Kerangka Konseptual**  
 Sumber: Data diolah 2025

**Metode Penelitian**

**Jenis, sumber data, populasi dan sampel**

Data penelitian numerik dan analisis statistik data primer menggambarkan teknik kuantitatif yang digunakan dalam karya ini (Sugiyono, 2023). Survei dan jawaban yang diberikannya merupakan bagian terbesar dari data yang digunakan dalam analisis ini.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh usaha mikro, kecil, dan menengah di Kabupaten Garut. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sample berbasis Slovin untuk mensurvei 45 UMKM. UMKM didefinisikan sebagai perusahaan dengan jumlah karyawan kurang dari 500 orang. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2023) Pengambilan sampel secara sengaja didefinisikan sebagai pemilihan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu. Untuk penelitian ini, sampel

harus memenuhi kriteria berikut: (1) UMKM yang masih aktif berproduksi di wilayah Garut; (2) Lama usaha minimal 1 tahun; (3) UMKM yang memiliki media sosial dan menggunakan medi sosial dalam aktivitas usaha; (4) UMKM yang memiliki catatan keuangan usaha/tabungan/pinjaman/investasi

**Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data**

Kuesioner digunakan sebagai strategi pengumpulan data. Salah satu cara untuk mendapatkan pendapat orang adalah dengan meminta mereka mengisi kuesioner, yang terdiri dari pertanyaan atau komentar tertulis (Sugiyono, 2023). Kuesioner penelitian ini terdiri dari pernyataan-pernyataan yang diminta untuk dipilih atau dijawab oleh peserta. Uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi berganda (uji R2 dan T), dan uji asumsi klasik untuk normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas merupakan bagian dari prosedur analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

**Hasil dan Pembahasan**

**Uji Validitas**

Untuk membuktikan keabsahan kuesioner penelitian, peneliti melakukan uji validitas, seperti terlihat pada Tabel 1.

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas**

Item Soal	Correlation	r table	Taraf Signifikan	Keterangan
Item 1	0,688	0,294	0,05	Valid
Item 2	0,525	0,294	0,05	Valid
Item 3	0,487	0,294	0,05	Valid
Item 4	0,509	0,294	0,05	Valid
Item 5	0,561	0,294	0,05	Valid
Item 6	0,594	0,294	0,05	Valid
Item 7	0,482	0,294	0,05	Valid
Item 8	0,538	0,294	0,05	Valid
Item 9	0,538	0,294	0,05	Valid
Item 10	0,685	0,294	0,05	Valid
Item 11	0,676	0,294	0,05	Valid
Item 12	0,636	0,294	0,05	Valid
Item 13	0,694	0,294	0,05	Valid

Item 14	0,564	0,294	0,05	Valid
Item 15	0,499	0,294	0,05	Valid
Item 16	0,454	0,294	0,05	Valid
Item 17	0,690	0,294	0,05	Valid
Item 18	0,640	0,294	0,05	Valid
Item 19	0,477	0,294	0,05	Valid
Item 20	0,620	0,294	0,05	Valid
Item 21	0,443	0,294	0,05	Valid
Item 22	0,413	0,294	0,05	Valid
Item 23	0,477	0,294	0,05	Valid
Item 24	0,397	0,294	0,05	Valid

Sumber: Data olahan SPSS 27

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai r untuk ketiga variabel—literasi keuangan (X1), penggunaan media sosial (X2), dan kinerja UMKM (Y)—lebih besar daripada nilai r tabel. Nilai r tabel sebesar 0,294 diperoleh dari df (n-2) atau (45-2) menggunakan uji dua arah dengan tingkat signifikansi 0,05. Semua pernyataan di atas dianggap sah menurut hasil pengujian.

### Uji Realibitas

Menguji konsistensi dan stabilitas alat penelitian dikenal sebagai keandalan. Hasil uji reabilitas ditunjukkan pada Tabel 2.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,838	24

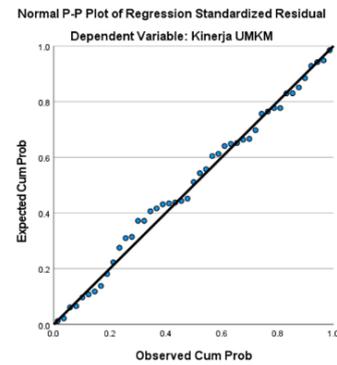
Sumber: Data olahan SPSS 27

Tabel 2 menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki koefisien Cronbach's Alpha lebih dari 0,60, yang menegaskan keandalannya.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2 Uji Normalitas**

Kenormalan distribusi residual ditunjukkan oleh grafik P-Plot pada gambar 2 yang telah disebutkan sebelumnya. Informasi (titik-titik) di sekitar garis memperjelas hal ini.

#### Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas terlihat pada Tabel 3.

**Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas**

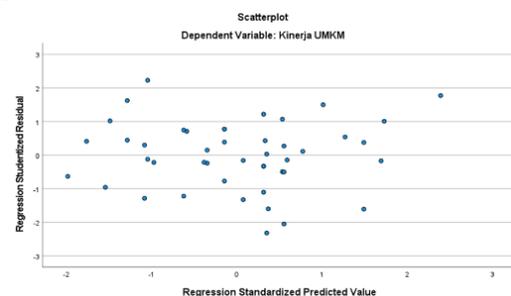
Model	VIF
1 (Constant)	
Literasi	1,368
Keuangan	
Penggunaan	1,368
Media Sosial	

Sumber: Data olahan SPSS Versi 27

Variabel Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial memiliki nilai VIF masing-masing sebesar  $1,368 < 10$  dan  $1,368 < 10$ , menurut tabel 3. Regresi linier berganda penelitian ini tidak menunjukkan multikolinieritas.

#### Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada Gambar 3.



**Gambar 3 Uji Heterokedastisitas**

Tidak adanya struktur yang jelas pada plot tersebut dapat dibuktikan dengan melihat temuan Scatterplot pada gambar di atas. Tidak adanya heteroskedastisitas ditunjukkan oleh penyebaran titik-titik di atas dan di bawah nilai nol pada sumbu Y.

**Hasil Uji Regresi Berganda**

Hasil uji regresi berganda disajikan pada Tabel 4.

**Tabel 4 Hasil Uji Regresi Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	15,706	5,521
	Literasi Keuangan	0,412	0,2
	Penggunaan Media Sosial	0,446	0,174

Dengan menggunakan tabel sebagai titik awal, penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda disajikan pada persamaan 1.

$$Y = 15,706 + 0,412X1 + 0,446X2 + e \quad (1)$$

Pertama-tama, jika variabel Literasi Keuangan dan Media Sosial tidak ada, persamaan tersebut mengantisipasi nilai 15,706 untuk variabel Kinerja UMKM. Poin kedua adalah bahwa terdapat korelasi langsung antara Literasi Keuangan dan Kinerja UMKM; nilai 0,412 untuk koefisien regresi menunjukkan bahwa hubungan ini berpengaruh positif. Ketiga, untuk Penggunaan Media Sosial, koefisien regresinya adalah sebesar 0,446 yang artinya peningkatan nilai Penggunaan Media Sosial akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,446 pada variabel Kinerja UMKM.

**Hasil Uji Kelayakan Model**

Hasil uji kelayakan model dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5 Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model	t	Sig.
1 (Constant)	2,845	0,007

Literasi Keuangan	2,058	0,046
Penggunaan Media Sosial	2,564	0,014

Uji-t membandingkan dengan tabel-t dan menentukan tingkat signifikansinya. Nilai tabel-t sebesar 2,016692 dihasilkan dari nilai df (n-k) atau (45-2) pada tingkat signifikansi 5%. Uraian tentang uji-t adalah sebagai berikut: Variabel literasi keuangan (X1) memiliki nilai-t sebesar 2,058 dan nilai sig sebesar 0,046. Berdasarkan nilai sig yang kurang dari 0,05 dan nilai-t yang lebih dari 2,016, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan secara signifikan memprediksi kinerja UMKM (H1). X2, variabel yang mewakili penggunaan media sosial, memiliki nilai-t sebesar 2,564 dan nilai sig sebesar 0,014. Nilai-t adalah 2,564 > 2,016, sebagaimana ditentukan oleh ambang signifikansi 0,014 < 0,05. Oleh karena itu, kami setuju dengan H1 bahwa penggunaan media sosial merupakan faktor signifikan yang mempengaruhi kinerja UMKM. Pemahaman yang baik terhadap literasi keuangan akan meningkatkan kemungkinan pelaku UMKM dapat mengoptimalkan keberhasilan perusahaan. Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suryandani & Muniroh (2020), Untuk membuat pilihan keuangan yang tepat yang berkontribusi pada pertumbuhan perusahaan, literasi keuangan sangatlah penting. Peningkatan kinerja perusahaan dapat dicapai dengan meningkatkan literasi keuangan UMKM. Selain itu, peningkatan penjualan dan peningkatan manajemen perusahaan merupakan dua manfaat lain dari pemasaran media sosial, komunikasi, dan keterlibatan klien. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizal Ramadhan *et al.* (2022) mengatakan, dilihat dari semakin banyaknya konsumen, UMKM dapat mendongkrak penjualan melalui

pemanfaatan media sosial untuk menjangking klien baru dari luar daerah.

**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Hasil uji simultan (Uji F) disajikan pada Tabel 6.

**Tabel 6 Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Model	F	Sig.
1 Regression	11,13	.000 <sup>b</sup>
Residual		
Total		

Nilai F yang dihitung, yaitu 11,130 dan memiliki tingkat signifikansi 0,000, disimpulkan dari tabel 6. Nilai dalam tabel distribusi F akan dibandingkan dengan nilai ini. Hipotesis dapat diterima apabila nilai p kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), karena nilai F estimasi lebih besar dari nilai F tabel ( $11,130 > 3,21$ ). Terakhir, literasi keuangan dan penggunaan media sosial berdampak pada keberhasilan UMKM. Dengan pengetahuan yang tepat tentang uang dan media sosial, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat meningkatkan manajemen dan daya saing perusahaan mereka. Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Huda *et al* (2023), bukti bahwa pengetahuan keuangan dan media sosial dapat membantu UMKM.

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Hasil koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dapat dilihat pada Tabel 7.

**Tabel 7 Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R Square	Adjusted R Square
1	0,346	0,315

Sumber: Data olahan SPSS Versi 27

Nilai R-kuadrat adalah 0,346, atau 34,6%, menurut data yang ditunjukkan dalam pengujian. Ternyata penggunaan media sosial dan literasi keuangan sama-sama memengaruhi kinerja UMKM sebesar 34,6%, sedangkan faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini memengaruhi sisanya sebesar 65,4%.

**Kesimpulan**

Sebuah penelitian menemukan bahwa perusahaan mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat terdampak oleh literasi keuangan dan penggunaan media sosial dalam hal kinerja mereka. Dalam penilaian serentak literasi keuangan dan penggunaan media sosial, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terdampak. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat memperoleh manfaat dari literasi keuangan yang lebih baik di banyak bidang, termasuk membuat dan mematuhi anggaran, memantau arus kas, dan membuat keputusan tentang uang mereka yang bermanfaat dalam jangka panjang. Di sisi lain, memperluas jaringan konsumen, meningkatkan komunikasi pelanggan, dan mempromosikan media sosial semuanya mengarah pada perluasan perusahaan. Baik digunakan sendiri atau bersama-sama, kedua elemen ini dapat menguntungkan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Hal ini menyoroti pentingnya media sosial dan bentuk media digital lainnya, serta literasi keuangan yang tepat, dalam membantu UMKM dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing mereka. Akibatnya, UMKM perlu mampu menanggapi perubahan pasar dengan lebih siap dengan terus meningkatkan operasi perusahaan mereka di berbagai bidang.

Agar penelitian di masa mendatang dapat lebih akurat dalam menggambarkan masyarakat secara luas, peneliti harus menyediakan lebih banyak waktu untuk mewawancarai lebih banyak orang dengan ukuran sampel yang lebih besar. Tingkat pendidikan, inklusi keuangan, teknologi keuangan, dan faktor-faktor lain juga harus dipertimbangkan oleh peneliti saat menganalisis keberhasilan perusahaan. Karena keterbatasan waktu, ukuran sampel penelitian ini agak kecil.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B., & Sofyan, H. (2022). Peran Media Sosial Bagi Penguatan Bisnis UMKM. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT)*, 6(2), 130–145.
- Azhar, M., & Akhtar, M. J. (2020). Social media: A catalyst for entrepreneurship and marketing. *South Asian Journal of Marketing & Management Research*, 10(11), 62–70. <https://doi.org/10.5958/2249-877x.2020.00087.9>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2022). *Banyaknya Usaha Mikro dan Kecil Menurut Kabupaten /Kota. Jumlah Usaha Mikro Jawa Barat 2021-2022*.
- Budiman, O. N., & Hidayah, N. (2021). Pengaruh Dukungan Sosial, Basis Pengetahuan Dan Orientasi Pribadi Terhadap Keberhasilan Wanita Wirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 426. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11889>
- Christoper, S. W. H., & Kristianti, I. (2020). Hubungan E-Commerce Dan Literasi Keuangan Terhadap Kelangsungan Usaha Di Boyolali. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.10.1.1-12>
- D. Yadi Heryadi, Dhiana Ekowati, & Dhety Chusumastuti. (2023). Pengaruh Kehadiran Media Sosial, Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 94–107. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.137>
- Damayanti, U. R., & Nirmala, A. R. (2024). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Financial Technology Terhadap Umkm Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Syariah Dan Teknologi*, 3(2), 391–402. <https://doi.org/10.62833/embistek.v3i2.131>
- Factbook. (2020). *Country Comparisons: Population*. Central Intelligence Agency.
- Fransiska, Q. (2022). MEMBANGUN IDENTITAS MASYARAKAT PAPUA DALAM KERANGKA SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOAL'S MELALUI PENINGKATAN LITERASI KEUANGAN DAN LITERASI FINANSIAL TEKHNOLOGI TERHADAP PENINGKATAN KINERJA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM). *JUMABIS (JURNAL MANAJEMEN & BISNIS)*, 6(2), 96–103.
- Gani, A. G. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Anak Remaja. *Jurnal Mitra Manajemen*, 7(2), 32–42.
- Habib Prawiga<sup>1</sup>, Rita Dwi Putri<sup>2</sup>, W. M. (2024). Literasi keuangan, gaya hidup dan pendapatan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pelaku umkm. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomikana Bangsa Ekonomika*, 17(2), 1462–1477.
- Halim, H., Mashud, Prayanthi, I., Gaffar, M. I., Kasingku, F. J., Pandeiro, L. B., Mendari, A. S., Tansuria, B. I., Machieu, S. R., Aseng, A. C., & Krisnawati, L. (2024). *LITERASI KEUANGAN*. Yayasan Kita Menulis.
- Hilmawati, M. R. N., & Kusumaningtiyas, R. (2021). Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 10(1), 135–152. <https://doi.org/10.21831/nominal.v10i1.33881>
- Huda, N., Pratiwi, A., & Munandar, A. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP KINERJA UMKM KOTA BIMA. *Sosio Dialektika*, 6(1).

- <https://doi.org/10.31942/sd.v9i1.10395>  
Jufri, A., Kurniawan, P., Djadjuli, M., & Hadiwibowo, I. (2021). RBV Teori : Kinerja Religius Berbasis Kepribadian Islam dan Perilaku Inovatif Dalam Konseptual. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 375–388.  
<https://doi.org/10.31842/journalinobis.v4i3.190>  
Kementerian Keuangan RI. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*.  
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>.  
Kemp, S. (2024). *DIGITAL 2024: INDONESIA. DATAREPORTAL*.  
Ket. Cung. (2023). PENGARUH ADAPTABILITAS, PENGGUNAAN SOCIAL MEDIA dan LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM KOTA SINGKAWANG SEKTOR MAKANAN dan MINUMAN. *JAMAN (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis)*, 3(2), 190–199.  
<https://doi.org/10.56127/jaman.v3i2.872>  
Landang, R. D., Widnyana, I. W., & Sukadana, I. W. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Berinvestasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar. *Jurnal EMAS*, 2(2), 51–70.  
Masduki. (2019). *UMKM RI Masih Tertinggal dari Negara Lain*. Media Indonesia.  
Mastarida, F. (2022). Dampak Penggunaan Sosial Media Terhadap Kinerja Bisnis. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3), 468–473.  
<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i3.1188>  
Maulatuzulfa, H., & Rokhmania, N. (2022). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol . 11 No . 1 Juli 2022 E - ISSN : 2654-5837 , Hal 171 – 179 PENGARUH KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA , LITERASI KEUANGAN , MODAL KEUANGAN , DAN MODAL SOSIAL TERHADAP KINERJA UMKM Oleh : *E-Qien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 171–179.  
Muhamad Lutfi Ramdhani, Nurleli, & Andhika Anandya. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penerapan E-commerce terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi*, 115–122.  
<https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1331>  
Nafisa Amalia Afifah, & Eko Triyanto. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Teras Kabupaten Boyolali. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, 1(2), 75–89.  
<https://doi.org/10.59024/jis.v1i2.322>  
Naufal, M. I., & Purwanto, E. (2022). Dampak Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keberlanjutan UMKM (Studi Kasus Industri F & B Kecamatan Sumbersari Jember). *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2), 209–215.  
Nguyen, A. T. H., Nguyen, P. V., & Do, H. T. S. (2022). The effects of entrepreneurial orientation, social media, managerial ties on firm performance: evidence from vietnamese smes. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 243–252.  
<https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.9.004>  
Nurdin, Difa Restiti, & Rizki Amalia. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan Tentang Quick Response Code Indonesian Standard (Qris). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 157–173.  
<https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i2.55>  
157-173  
Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Hasil Survey Nasional Literasai dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Otoritas Jasa

- Keuangan.  
P.R.R, A., & Triyanto, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Inovasi Produk, Dan Harga Terhadap Kinerja Keuangan. *Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 92–105.
- Pramestiningrum, R. D., & Iramani. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Capital, dan Kebijakan Pemerintah terhadap Kinerja UMKM di Jawa Timur. *STIE Perbanas Press*, 9(2), 279–296.
- Rizal Ramadhan, Nurleli, & Andhika Anandya. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi*, 107–114. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1279>
- Rosliyati, A., & Iskandar, Y. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Bordir Tasikmalaya. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 756–762. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.565>
- Rusdi, Armiani, dan I. M. M. (2023). Pengaruh Media Sosial, E-Commerce, dan Website terhadap Kinerja UMKM pada UMKM Tenun di Lombok Tengah. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(4), 169–177.
- Salam, S., Shams, A., & Hoque, M. M. (2019). the Role of Social Media and Effect of Relationship Marketing on Sme Performance in Bangladesh: Multi-Group Cfa. *Asian People Journal (APJ)*, 2(1), 12–31.
- Sari, N. R., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendidikan Keuangan di Keluarga, Uang Saku terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan dengan Financial Self-Efficacy sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 58–70. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p58-70>
- Situmorang, J., Sembiring, R., & Sianturi, J. A. T. P. (2023). Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX (Maret 2023 – Agustus 2023). *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 6, 1–13.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.)). CV ALFABETA.
- Suryandani, W., & Muniroh, H. (2020). *LITERASI KEUANGAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM BATIK TULIS LASEM*. 376–390.
- Suseno, N. S., Lestari, A., Sofyan, S. D., Nurbayani, I., & Yulianti, K. S. (2021). Pengembangan Pemasaran Produk Kulit melalui Teknologi Digital di Masa Pandemi Covid 19 di Sukaregang Kabupaten Garut. *Jurnal Media Pengabdian Komunikasi*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.52434/medikom.v1i1.9>

---

**Copyright holder:**

Elvira Frischa Aulia, Revi Sasti Mariska, Novie Susanti Suseno (2025)

**First publication right:**

JRAK: Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis (e-journal)

**This article is licensed under:**

