

ANALISIS PEMANFAATAN DIGITALISASI AKUNTANSI DAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA UMKM YANG DIKELOLA MILENIAL DAN GEN Z : SEKTOR KULINER DI KOTA SUNGAI PENUH

Anggun Putria¹⁾, Iin Syofia Yandra²⁾
email: ¹⁾ anggunputria0104@gmail.com, ²⁾ iins95.isv@gmail.com

ABSTRACT

This study investigates the impact of digitalized accounting systems and e-commerce platforms on the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) managed by millennials and Gen Z, particularly in the culinary sector in Sungai Penuh City. Although MSMEs are important to the Indonesian economy, many companies still use traditional approaches in financial administration and marketing. Due to rapid technological developments, young entrepreneurs, who are typically more digitally savvy, have significant potential to utilize solutions that improve business efficiency and market competitiveness. Accounting digitalization requires the integration of technology in financial management and analysis, allowing MSMEs to access accurate and real-time financial information that promotes greater transparency and operational efficiency. Simultaneously, e-commerce platforms provide MSMEs with opportunities in today's fast-paced business landscape. Accounting digitalization and E-Commerce do not show a partial insignificant effect on competitiveness. This is evidenced by the statistical t-value of accounting digitalization (0.034) and E-Commerce (0.972) which is smaller than the t-table (1.667) and the significant value of accounting digitalization (0.973) and E-Commerce (0.334) which is higher than the alpha level of 0.05. Thus, the hypothesis stating that the influence of the use of accounting digitalization and E-Commerce can increase the competitiveness of MSMEs in the culinary sector managed by millennials and gen-z in Sungai Penuh City is rejected.

Keywords: Accounting Digitalization, E-Commerce, Competitiveness, MSMEs, Culinary Sector

ABSTRAK

Studi ini menyelidiki sistem akuntansi digitalisasi dan platform *E-Commerce* terhadap daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dikelola oleh Milenial dan Gen Z, khususnya disektor kuliner Kota Sungai Penuh. Meskipun UMKM penting bagi perekonomian Indonesia, banyak perusahaan masih menggunakan pendekatan tradisional dalam administrasi keuangan dan pemasaran. Karena perkembangan teknologi yang cepat, wirausahawan muda, yang biasanya lebih mahir secara digital, memiliki potensi yang cukup besar untuk memanfaatkan solusi yang meningkatkan efisien bisnis dan daya saing pasar. Digitalisasi akuntansi memerlukan integrasi teknologi dalam penataan dan analisis keuangan, yang memungkinkan UMKM untuk mengakses informasi keuangan yang akurat dan real time yang mendorong transparansi dan efisiensi operasional yang lebih besar. Secara bersamaan, platform *E-Commerce* memberi UMKM dalam laskap bisnis yang cepat saat ini. Digitalisasi akuntansi dan *E-Commerce* tidak menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan secara parsial terhadap daya saing. Hal ini dibuktikan dengan nilai statistik t-hitung digitalisasi akuntansi (0,034) dan *E-Commerce* (0,972) yang lebih kecil dari t-tabel (1,667) serta nilai signifikan digitalisasi akuntansi (0,973) dan *E-Commerce* (0,334) yang lebih tinggi dari tingkat alpha 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh pemanfaatan digitalisasi akuntansi dan *E-Commerce* dapat meningkatkan daya saing UMKM sektor kuliner yang dikelola Milenial dan gen-Z di Kota Sungai Penuh ditolak.

Kata Kunci: Digitalisasi Akuntansi, *E-Commerce*, Daya Saing, UMKM, Sektor Kuliner

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran krusial dalam perekonomian dunia, terutama dinegara-negara berkembang seperti Indonesia. Selain memberikan kontribusi yang besar terhadap produk Domestik Bruto (PDB), UMKM juga menjadi sumber utama dalam menciptakan lapangan kerja bagi jutaan individu. Berkat kegigihannya dalam mengatasi ke tidak stabilan pasar dan resesi ekonomi. UMKM umumnya dipandang sebagai landasan perekonomian nasional (costa & castro., 2021). UMKM saat ini menghadapi tantangan yang signifikan ditengah percepatan transfortasi digital. Bagaimana meningkatkan efesiensi operasional dan daya saing mereka agar tidak tertinggal (Plekhanov et al., 2023).

Meskipun UMKM dikenal fleksibel dan adaptif, banyak bisnis masih menggunakan pendekatan tradisional, seperti pencatatan keuangan manual dan strategi pemasaran konvensional (Harahap et al, 2023). Belakangan ini, generasi Milenial dan Gen Z mulai mengambil alih peran pengelolaan UMKM. Mereka lebih terbuka terhadap perubahan dan familiar dengan teknologi, menjadikan manajemen berbasis digital sebagai pilihan yang logis dan strategis (Hizbul Khootimah Azzaakiyyah., 2023).

Seiring meningkatnya kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan yang akurat, semakin banyak pelaku UMKM yang menyadari pentingnya system akuntansi (Gadzali et al., 2023). Akuntansi memberikan gambaran nyata tentang kondisi keuangan bisnis (Rahajo et al., 2023). Namun pelaku UMKM dari generasi muda seringkali kurang memahami akuntansi konvensional, karena mereka lebih berfokus pada inovasi produk dan pemasaran (Prastyaningtyas et al., 2023).

Digitalisasi akuntansi hadir sebagai solusi bagi UMKM . akuntansi berbasis teknologi memungkinkan pencatatan transaksi otomatis, pemantauan kas, dan penyusunan laporan keuangan berbasis cloud secara real-time (Sariwulan, 2020). Solusi ini sangat sesuai dengan karakter generasi digital native seperti Milenial dan Gen Z (Almaududi Ausat & Suherlan, 2021).

Seiring dengan perkembangan ini, *E-Commerce* telah merubah operasional perusahaan secara fundamental. Dengan memanfaatkan kanal digita, UMKM dapat meninjau pasar yang lebih luas, mengurangi biaya operasional, dan memberi kemudahan transaksi bagi konsumen (Gao et al., 2023) kemajuan ini menyoroti potensi besar teknologi dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui pemanfaatan digitalisasi akuntansi dan *E-Commerce*.

Penggunaan digitalisasi bisnis disektor UMKM dindonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan (INDEF, 2024). Salah satu alasan utama UMKM menerapkan digitalisasi bisnis adalah karena kepraktisanya, yang memungkinkan mereka menjalankan bisnis dimana saja. Dampak positif dari penggunaan platform digital juga terlihat dalam peningkatan kinerja UMKM (INDEF, 2024).

Meskipun literature yang ada telah mengeksplorasi digitalisasi akuntansi dan *E-Commerce* banyak studi yang cenderung memeriksa aspek aspek ini secara terpisah. Misalnya, penelitian oleh Rahajo et al (2023) hanya berfokus pada bagaimana digitalisasi akuntansi meningkatkan transparansi keuangan UMKM, tanpa mengeksplorasi integrasinya dengan alat pemasaran digital. Sebaliknya, penelitian oleh Gao et al (2023) menyelidiki bagaimana *E-Commerce* memfasilitasi peluasan pasar dan meningkatkan penjualan, namun gagal untuk mengatasi hubungannya dengan system manajemen keuangan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sariwulan (2020) telah memeriksa dampak strategis kustomisasi terhadap kinerja perusahaan dengan system informasi akuntansi manajemen sebagai variabel perantara

dalam agen perjalanan umrah. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kustomisasi dan system informasi akuntansi manajemen memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada sektor agen perjalanan umrah, yang memiliki karakteristik bisnis yang berbeda dibandingkan dengan UKM, khususnya disektor kuliner.

Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian mengenai penerapan digitalisasi akuntansi dan *E-Commerce* secara simultan, khususnya dalam upaya peningkatan daya saing UMKM yang dipimpin oleh generasi Milenial dan Gen Z. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menjabani kesenjangan tersebut dengan mengkaji bagaimana pemanfaatan gabungan digitalisasi akuntansi dan *E-Commerce* berkontribusi terhadap meningkatkan kinerja UMKM kuliner dikota sungai penuh.

Ugens studi ini muncul karena perlunya pemahaman mendalam tentang bagaimana generasi muda memanfaatkan sinergi antara teknologi finansial dan teknologi pemasaran untuk mempertahankan dan mengembangkan perusahaan mereka ditengah persaingan pasar yang semakin ketat. Selain meningkatkan perdebatan akademis, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi praktisi dan legislator UMKM dalam mengembangkan rencana yang meningkatkan daya saing UMKM di era digital (Harahap et al., 2023).

LANDASAN TEORITIS

Resource-Based View (RBV)

Resource-Based View (RBV) pertama kali diperkenalkan oleh Subagja (2023) sebagai kerangka kerja strategis untuk mengembangkan bisnis. Teori ini berfokus pada analisis sumber daya internal organisasi untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Miles dan Darroch, 2006). Pendekatan RBV menekankan bahwa sumber daya perusahaan, baik berwujud maupun tidak berwujud, merupakan faktor kunci dalam menentukan daya saing dan pertumbuhan bisnis (Ray, 2012). Lebih lanjut RBV digunakan untuk mengidentifikasi keunggulan strategis perusahaan melalui kombinasi asset fisik, kapabilitas organisasi, kopetensi inti, dan asset tidak terwujud.

Dalam persaingan bisnis global saat ini, RBV memberikan prespektif penting dalam menekankan peran sumber daya internal sebagai basis pencapaian keunggulan konpentitif (Gao et al., 2023). Diera digital yang dinamis, perusahaan tidak hanya bergantung pada faktor eksternal, tetapi juga memaksimalkan potensi internal untuk membedakan diri dari pesaing. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menuntut perusahaan untuk memanfaatkan sumber daya secara lebih strategis. Perusahaan yang memiliki sumber daya yang berkualitas, teknologi inovatif, dan kapabilitas manajerial yang kuat akan lebih mampu beradaptasi terhadap perubahan pasar (Ray, 2012).

Dalam konteks UMKM pemahaman dan penerapan RBV semakin krusial mengingat keterbatasan modal dan akses pasar. Pemanfaatan teknologi digital, seperti digitalisasi akuntansi dan platform *E-Commerce* merupakan salah satu strategi untuk memperkuat asset tak terwujud yang dimiliki UMKM (Gao et al., 2023). Selain itu, RBV juga menekankan pentingnya pembelajaran dan adaptasi organisasi sebagai bagian dari kapabilitas dinamis yang mendukung UMKM dalam menghadapi perubahan pasar yang cepat.

Lebih lanjut RBV menekankan bahwa kombinasi dan pemanfatan sumber daya yang tepat oleh organisasi tidak hanya menentukan keberadaannya, tetapi juga keberhasilan

penerapannya (Ray, 2012). Dengan demikian pengembangan sumber daya manusia yang kompeten dan penggunaan teknologi yang tepat merupakan elemen penentu dalam meningkatkan daya saing UMKM. RBV menawarkan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami bagaimana UMKM dapat berinovasi dan berubah dalam menghadapi globalisasi dan digitalisasi.

Digitalisasi Akuntansi

Digitalisasi akuntansi merupakan transformasi dalam dunia bisnis yang berfokus pada pergantian metode akuntansi manual tradisional dengan sistem berbasis teknologi digital (Costa & Castro, 2021). Perubahan ini bukan sekedar pergantian alat, melainkan revolusi dalam cara data keuangan dikelola, dilaporkan dan keputusan bisnis dibuat. Pada dasarnya, digitalisasi akuntansi melibatkan penggunaan perangkat lunak akuntansi yang mampu mencatat transaksi secara otomatis, mengelola buku besar, dan menyusun laporan keuangan dengan tingkat akurasi tinggi serta efisiensi waktu yang jauh lebih baik dibandingkan metode manual (Ausat & Pairisal, 2021).

Salah satu aspek penting dari digitalisasi ini adalah kemampuan untuk mengintegrasikan berbagai data keuangan yang tersebar diberbagai departemen kedalam satu sistem terpadu (Tolstoy et al., 2022). Dengan demikian perusahaan dapat memperoleh gambaran real-time mengenai posisi keuangan mereka, yang krusial bagi strategi dan operasional. Penggabungan keputusan. Digitalisasi juga memungkinkan akses jarak jauh kepada keuangan., sehingga manajemen dapat memantau kapan saja melalui perangkat seluler atau computer (Sutrisno et al., 2023).

Selain itu digitalisasi akuntansi memberikan keuntungan signifikan dalam hal mengurangi resiko kesalahan manusia yang sering terjadi dalam pencatatan manual. Sistem digital yang canggih dapat mendeteksi anomali atau ketidaksesuaian data secara otomatis, sehingga meminimalkan potensi penipuan dan meningkatkan transparansi laporan keuangan (Budi et al., 2024). Dalam hal kepatuhan, digitalisasi juga membantu perusahaan memenuhi peraturan perpajakan dan standar pelaporan yang semakin ketat, melalui fitur-fitur otomatis seperti pelaporan pajak elektronik (e-filing) dan menyusun laporan sesuai standar akuntansi terbaru (Chyzhevskaya et al., 2021).

Tak hanya bagi perusahaan besar, digitalisasi akuntansi juga membuka peluang besar bagi usaha kecil dan menengah (UKM) untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih baik (Agostino et al., 2022). Dengan beragam aplikasi akuntansi yang mudah diakses dan terjangkau, UKM kini dapat mencatat keuangan mereka secara sistematis, yang pada gilirannya meningkatkan kredibilitas dan daya saing mereka dipasar. Penggunaan digitalisasi akuntansi juga mempercepat proses audit internal dan eksternal, sehingga memudahkan evaluasi kinerja keuangan dan manajemen resiko (Long et al., 2023).

Namun, dibalik berbagai manfaat tersebut, digitalisasi akuntansi juga menghadapi tantangan, terutama terkait adaptasi teknologi dan keamanan data (Fauziyyah, 2022). Pemanfaatan teknologi digital membutuhkan sumber daya manusia yang kompeten dalam mengoperasikan perangkat lunak akuntansi serta pemahaman tentang keamanan siber untuk melindungi data perusahaan dari serangan siber. Oleh karena itu pelatihan dan pendidikan literasi digital diperlukan agar proses digitalisasi berjalan efektif dan berkelanjutan.

Selain keuntungan yang telah disebutkan sebelumnya, digitalisasi akuntansi juga memungkinkan departemen-departemen dalam organisasi untuk bekerjasama lebih sering. Koordinasi dalam perencanaan dan pengendalian keuangan menjadi lebih efisien ketika

departemen-departemen dapat berbagi data keuangan secara real-time melalui sistem digital terintegrasi (Tolstoy et al., 2022). Hal ini penting mengingat kondisi pasar yang berubah dengan cepat, dimana keputusan bisnis yang cepat dan berbasis fakta yang dibutuhkan.

Konsep analitik keuangan dan big data juga didukung oleh digitalisasi akuntansi. Data dalam jumlah besar dapat dikumpulkan dan diproses oleh bisnis untuk lebih memahami perilaku konsumen, tren keuangan, dan kinerja operasional (Costa & Castro, 2021). Hasilnya manajemen dapat mengembangkan proyeksi dan rencana strategis yang lebih terarah, selain mengandalkan laporan historis.

Digitalisasi akuntansi merupakan salah satu alat pemberdayaan paling krusial bagi UMKM. Tanpa memperkerjakan tenaga akuntansi profesional, UMKM dapat mengurangi biaya operasional dan mempercepat proses pelaporan dengan memanfaatkan solusi akuntansi berbasis cloud (Jain et al., 2021). Namun, kesiapan sumber daya manusia dan infrastruktur teknologi yang memadai sangat penting bagi keberhasilan pelaksanaan digitalisasi ini.

Namun salah satu kekhawatiran utama dalam digitalisasi akuntansi adalah masalah keamanan data. Serangan siber dan kebocoran data merupakan ancaman serius bagi kelangsungan dan reputasi perusahaan (Ray, 2012). Untuk melindungi data keuangan, bisnis harus menerapkan prosedur keamanan yang ketat dan memperbarui sistem mereka secara berkala. Menjaga integritas sistem akuntansi digital juga membutuhkan pelatihan keamanan siber dan sebaran pengguna yang berkelanjutan (Rita et al., 2019).

E-Commerce

Tren global yang dikenal sebagai “*E-Commerce*” atau “perdagangan elektronik” telah mengubah cara perusahaan beroperasi dan cara pelanggan melakukan pembelian (Plekhanov et al., 2023). Berkat perkembangan komunikasi digital dan teknologi internet, jurnal beli barang dan jasa secara daring dimungkinkan tanpa batas waktu tempat. Selain memacu pertumbuhan perusahaan, perkembangan yang pesat telah menciptakan ekosistem digital yang dinamis dengan beragam model bisnis, termasuk konsumen-ke-bisnis (B2B), bisnis-ke-konsumen (B2C), dan bisnis-ke-bisnis (C2B) (Long et al., 2023).

Salah satu keuntungan utama *E-Commerce* terletak pada kemampuannya memberikan konsumen akses mudah diproduk lintas wilayah dan bahkan lintas batas Negara, menggunakan perangkat seperti ponsel pintar dan komputer. Hal ini secara signifikan memperluas peluang pasar bagi bisnis, terutama UMKM, yang memungkinkan mereka untuk mempromosikan produk mereka melampaui batas ritel fisik. Lebih lanjut, biaya operasional dapat dikurangi secara substansial karena berkurangnya ketergantungan pada ruang fisik, staf dan metode periklanan konvensional (Plekhanov et al., 2023).

Dengan pengabungan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), analitik data besar, dan pembelajaran mesin, *E-Commerce* menjadi semakin canggih. Menurut (Gadzali et al., 2023) dan (Hacklin et al., 2018), solusi ini memungkinkan organisasi untuk mengotomatiskan layanan pelanggan melalui chat bot, menyesuaikan saran produk, menganalisis perilaku klien, dan menerapkan sistem manajemen inventaris canggih yang sesuai dengan aktivitas penjualan real-time.

E-Commerce memiliki banyak keuntungan, tetapi juga banyak kekurangannya. Keamanan masih menjadi prioritas utama karena resiko-resiko seperti penipuan, kebocoran data, dan pelanggaran privasi, yang membutuhkan pertahanan keamanan siber dan kerangka hukum yang kuat (Zhao Huang & Benyoucef, 2013). Lebih lanjut ketersediaan infrastruktur

digital yang handal berkaitan langsung dengan keberhasilan *E-Commerce*, terutama di wilayah dengan konektivitas internet yang buruk (Harahap et al., 2023).

Bantuan pemerintah sangat penting untuk mendorong adopsi *E-Commerce* oleh UMKM. Hal ini mencakup penyusunan undang-undang yang mendukung transformasi digital, penyedia kursus pendidikan teknologi, dan pemberian insentif finansial dan non-finansial (Jain et al., 2021). Dengan bantuan ini, UMKM dapat memanfaatkan platform *E-Commerce* untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan daya saing mereka dipasar digital yang terus berubah dengan cepat (Long et al., 2023).

Daya Saing

Dalam bidang bisnis dan ekonomi, daya saing-kapasitas suatu organisasi, industry, atau Negara untuk bersaing secara efektif dipasar domestik dan internasional-merupakan konsep yang krusial. Kemampuan untuk menyediakan barang atau jasa yang lebih hemat biaya berkualitas tinggi, inovatif, dan menawarkan nilai yang lebih unggul dari pada pesaing merupakan tolak ukur pesaing dalam dunia bisnis. Menurut long et al. (2023), daya saing merupakan penentu utama kapasitas perusahaan untuk mempertahankan keberlanjutan dan meningkatkan pangsa pasar.

Diera globalisasi dan tranformasi digital saat ini, teknologi informasi telah menjadi pendorong utama dalam meningkatkan daya saing bisnis (Zhao Huang & Benyoucef, 2013). Digitalisasi operasional bisnis, integrasi analitik data, dan adaptasi teknologi secara keseluruhan memungkinkan organisasi untuk merespons dinamika pasar dengan cepat sekaligus meningkatkan efisiensi dan efektivitas. Bisnis yang berhasil memanfaatkan prangkat digital lebih mudah untuk mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif yang substansial (Kraugusteeliana et al., 2022).

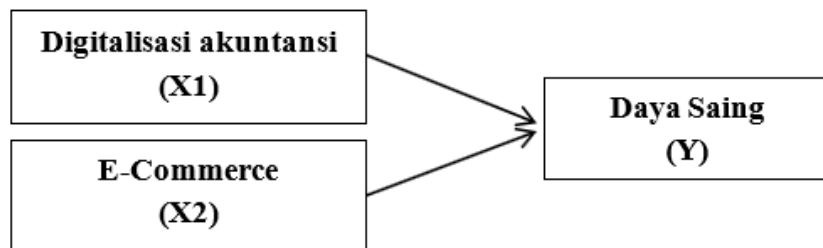
Daya saing menjadi hal yang krusial bagi UMKM karena keterbatasan sumber daya yang dimilikinya. UMKM harus pada manfaat spasifik yang dapat mereka berikan, seperti produk yang unik, layanan yang dipersonalisasi, atau inovasi yang cepat. Agar UMKM dapat bertahan dan berkembang dipasar yang kompetitif, peningkatan daya saing mereka juga membutuhkan pemanfaatan teknologi digital dan pengembangan sumber daya manusia yang terampil (Zhao Huang & Benyoucet 2013).

Keberlanjutan daya saing tidak hanya bergantung pada aspek ekonomi, tetapi juga mencakup faktor social dan lingkungan. Konsep daya saing berkelanjutan menekankan pentingnya menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan social dan pelestarian lingkungan. Pendekatan ini semakin relevan di era modern, di mana tantangan seperti perubahan iklim dan ketimpangan social semakin meningkat.

Dalam perspektif makroekonomi, kebijakan pemerintah memiliki peran yang sangat signifikan dalam mendukung daya saing nasional. Kebijakan yang mendukung investasi dalam riset dan pengembangan (R&D), pendidikan, serta pembangunan infrastruktur dapat memberikan dampak positif terhadap daya saing jangka panjang (Susanto et al., 2020). Selain itu, kebijakan perdagangan yang adil dan keterbukaan ekonomi juga berkontribusi dalam meningkatkan daya saing suatu Negara ditingkat global. Perubahan dalam dinamika global seperti digitalisasi, perubahan iklim, serta pergeseran kekuatan ekonomi dunia menuntut setiap Negara dan perusahaan untuk terus menyesuaikan strategi daya saing mereka. Adaptasi terhadap tren global ini dapat dilakukan melalui peningkatan investasi dalam teknologi hijau, penguatan kapasitas sumber daya manusia, serta pengembangan ekosistem inovasi yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan.

Pemahaman yang menyeluruh mengenai daya saing, mengenai daya saing menjadi hal yang krusial bagi berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, sektor bisnis, dan masyarakat luas (Maurina & Rusdianto, 2023). Upaya untuk meningkatkan daya saing membutuhkan kolaborasi antara berbagai pihak guna menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan serta inovasi. Dengan strategi yang tepat serta komitmen yang kuat, daya saing dapat menjadi elemen kunci dalam mewujudkan kemajuan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.

KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang berfokus pada penggunaan data numeric untuk mengukur antar variabel. Kuesioner yang ditunjukkan pada pemilik UMKM kuliner di kota sungai penuh digunakan untuk mengumpulkan data berbasis angka. UMKM yang berpotensi di kota sungai penuh merupakan populasi penelitian, dan Generasi Milenial serta Generasi Z yang telah menggunakan digitalisasi dan *E-Commerce* termasuk dalam kriteria responden.

Kriteria yang ditetapkan untuk responden meliputi :

1. UMKM yang bergerak di sector kuliner.
2. UMKM yang berlokasi di Kota Sungai Penuh
3. Pemilik atau pengelola usaha merupakan generasi Milenial (kelahiran 1981- 1996) dan Gen Z (kelahiran 1997-2012).
4. UMKM yang telah memanfaatkan digitalisasi dan *E-Commerce* dalam operasional bisnisnya.

Populasi pada penelitian ini 450 UMKM kuliner yang dikelola Milenial dan Gen Z di Kota Sungai Penuh data ini diambil dari Badan Pusat Statistik Sungai Penuh (BPS), maka peneliti menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin :

$$\begin{aligned} n &= \frac{450}{1 + 450(0, 1)^2} \\ &= \frac{450}{1 + 450(0, 01)} \\ &= \frac{450}{1 + 4, 5} \\ &= \frac{450}{5, 5} \end{aligned}$$

$$5,5$$

$$= 81,8 \text{ disesuaikan oleh peneliti menjadi } 82$$

Prosedur pengambilan sampel *purposive sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena tidak semua UMKM di kota sungai penuh memenuhi karakteristik penelitian. Berdasarkan indikator yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas pada penelitian sebelumnya, instrument kuesioner disusun. Dengan uji asumsi klasik : uji normalitas, uji multikolinearitas. Regresi linier berganda berfungsi guna menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Ghozali, 2018). dan uji hipotesis : uji parsial (t-test), koefisien determinasi (R^2) yang digunakan untuk menganalisis data dan mengkaji dampak faktor digitalisasi *E- Commerce* dan akuntansi terhadap daya saing UMKM. Untuk memastikan bahwa temuan penelitian bersifat kuantitatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada pemilik UMKM bidang kuliner di Kota Sungai Penuh, dengan partisipan dari Generasi Milenial dan Gen Z. total kuesioner yang berhasil disebarakan sejumlah 82 dan yang diolah berjumlah 82.

Hasil Penelitian

Hasil Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan IBM SPSS versi 26 yang dilakukan untuk menilai valid atau tidak suatu kuesioner. Pengujian ini dilakukan dengan hasil uji coba kuesioner dengan data responden ($n=30$ responden, dalam pengujian ini digunakan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ atau 0,05. Validitas kuesioner diuji dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, dimana Degree Of Freedom (DF) dihitung menggunakan rumus $df = n-2$ atau $82-2$

= 80 dengan n sebagai jumlah sampel dalam penelitian, sehingga menghasilkan nilai r tabel sebesar 0,220. Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka butir pertanyaann dalam kuesioner dinyatakan valid dan sebaliknya jika r hitung $< r$ tabel, maka butir pertanyaan dalam kuesioner tidak valid.

Hasil riset dengan uji validitas dapat dilihat pada tabel 1,2,3 pengolahan data menggunakan IBM SPSS versi 26. Dalam tabel 1 menyatakan bahwa semua item pertanyaan digitalisasi akuntansi (X1) yang terdiri dari 9 item, dalam tabel 2 item pertanyaan *E-Commerce* (X2) yang terdiri dari 12 item dinyatakan valid. Pada tabel 3 Item pertanyaan daya saing (Y) terdiri dari 12 item dinyatakan valid. Karena memiliki r hitung $> r$ tabel 0,220.

Tabel 1. Uji Validitas Digitalisasi Akuntansi

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R tabel 5% (80)	keterangan
Digitalisasi akuntansi (X1)	X1.1	0,513	0,220	Valid
	X1.2	0,610	0,220	Valid
	X1.3	0,530	0,220	Valid
	X1.4	0,601	0,220	Valid
	X1.5	0,663	0,220	Valid
	X1.6	0,632	0,220	Valid

	X1.7	0,610	0,220	Valid
	X1.8	0,612	0,220	Valid
	X1.9	0,771	0,220	Valid

Tabel 2. Uji Validitas E-Commerce

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R tabel 5% (80)	keterangan
E- Commerce (X2)	X2.1	0,603	0,220	Valid
	X2.2	0,510	0,220	Valid
	X2.3	0,735	0,220	Valid
	X2.4	0,613	0,220	Valid
	X2.5	0,629	0,220	Valid
	X2.6	0,655	0,220	Valid
	X2.7	0,631	0,220	Valid
	X2.8	0,775	0,220	Valid
	X2.9	0,510	0,220	Valid
	X2.10	0,456	0,220	Valid
	X2.11	0,462	0,220	Valid
	X2.12	0,611	0,220	Valid

Tabel 3. Uji Validitas Daya Saing

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R tabel 5% (80)	keterangan
Daya Saing (Y)	Y.1	0,671	0,220	Valid
	Y.2	0,689	0,220	Valid
	Y.3	0,683	0,220	Valid
	Y.4	0,758	0,220	Valid
	Y.5	0,576	0,220	Valid
	Y.6	0,736	0,220	Valid
	Y.7	0,717	0,220	Valid
	Y.8	0,706	0,220	Valid
	Y.9	0,611	0,220	Valid
	Y.10	0,569	0,220	Valid
	Y.11	0,723	0,220	Valid
	Y.12	0,681	0,220	Valid

Tabel 4. Uji Realibilitas

Variabel	Reliability Statistik	
	Cronbach's Alpha	Keterangan
Digitalisasi Akuntansi	0,793	Reliabel
E-Commerce	0,835	Reliabel
Daya Saing	0,891	Reliabel

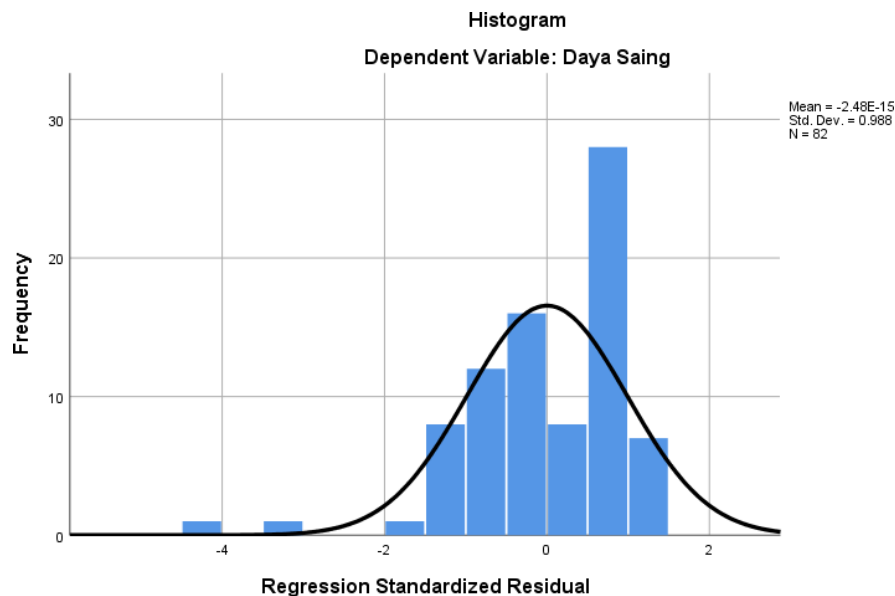
Seluruh variabel memperlihatkan nilai cronbach's alpha lebih dari ketentuan pengambilan keputusan cronbach's alpha yaitu senilai 0,60. Hal ini bermakna variabel digitalisasi akuntansi, *E-Commerce* dan daya saing reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dapat diketahui dengan cara melihat nilai signifikan $\geq 0,05$, maka dapat dikatakan data terdistribusi normal. Hasil normalitas diolah dengan IBM SPSS versi 26 dapat ditinjau pada tabel 5 berikut:

Tabel 5. Uji Normalitas

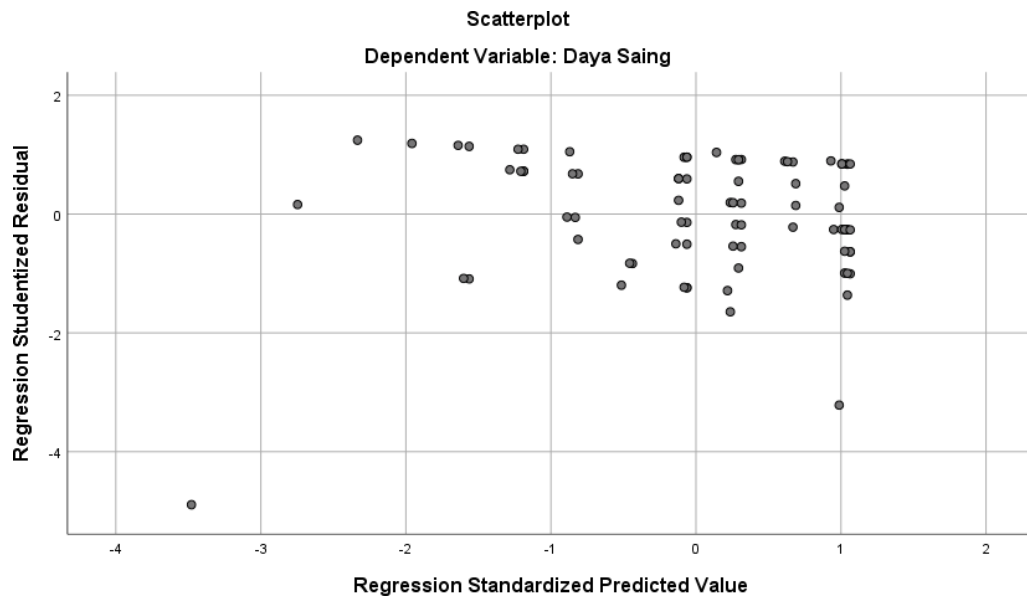


Bersumber pada tabel 5 mendapatkan koklusi bahwa data riset ini berdistribusi normal, hal tersebut dapat dilihat digrafik batangnya mayoritas menggumpul disekitar tengah (0 sampai +1). Itu menunjukan kecenderungan normal.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan grafik scatterplot antara regression standardizes predicted value dan regression studentized residual, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk pola tertentu, baik pola mengerucut maupun melebar. Hal ini menunjukkan bahwa medek regresi ini tidak mengalami heteroskedastisitas sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi heteroskedastisitas terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinearitas adalah memeriksa apakah terdapat hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Model yang baik harus terbebas dari korelasi antar variabel bebas. Kriteria untuk mendeteksi multikolinearitas adalah jika nilai tolerance lebih besar dari 0,1 atau VIF kurang dari 10, yang menunjukkan tidak adanya multikolinearitas.

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Digitalisasi Akuntansi	0.993	1.007
	<i>E-Commerce</i>	0.993	1.007

a. Dependent Variable: Daya Saing

Hasil dari multikolinearitas dapat dilihat nilai tolerance digitalisasi akuntansi dan *E-Commerce* (0,993) > 0,1. Dan nilai VIF digitalisasi akuntansi dan *E-Commerce* (1,007) < 10 artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Koefisien Determinasi (KD)

Berdasarkan pengaruh secara persial antara pemanfaatan digitalisasi akuntansi dan *E-Commerce* terhadap peningkatkan daya saing UMKM yang dikelola Milenial dan Gen Z pada sektor kuliner Kota Sungai Penuh digunakan persamaan sebagai berikut:

1. Besarnya pengaruh pemanfaatan diitalisasi akuntansi terhadap peningkatkan daya saing UMKM kuliner di Kota Sungai Penuh adalah
 $KD X1 = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\% = 0,004 \times -0,005 \times 100\% = -0,002\%$
2. Besarnya pengaruh *E-Commerce* terhadap peningkatkan daya saing UMKM kuliner di Kota Sungai Penuh adalah
 $KD X2 = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\% = 0,109 \times 0,109 \times 100\% = 1,19\%$

Untuk mengetahui besarnya pengaruh pemanfaatan digitalisasi akuntansi dan *E-Commerce* trhadap peningkatkan daya saing UMKM yang dikelola Milenial dan Gen Z pada sektor kuliner Kota Sungai Penuh dapat dilihat dari hasil koefisien determinasi (KD) sebagai berikut:

Tabel 8. Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics	
						F Change	df1
1	.109 ^a	.012	-.013	2.76162	.012	.473	2

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

b. Dependent Variable: Daya Saing

Besarnya pengaruh secara simultan antara pemanfaatan digitalisasi akuntansi dan *E-Commerce* terhadap peningkatan daya saing UMKM yang dikelola Milenial dan Gen Z pada sektor kuliner Kota Sungai Penuh digunakan persamaan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 KD &= R^2 \times 100\% \\
 &= 0,109 \times 100\% \\
 &= 1,19\%
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh besarnya pengaruh pemanfaatan digitalisasi akuntansi dan *E-Commerce* dalam meningkatkan daya saing UMKM yang dikelola Milenial dan Gen Z pada sektor kuliner Kota Sungai Penuh adalah sebesar 1,19%, sisanya 100% - 1,19% = 98,81% dipengerahui oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda ini dirancang untuk bisa mengungkapkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Uji Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients”

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	40.136	8.070		4.974	.000
	Digitalisasi Akuntansi	.006	.168	.004	.034	.973
	E-Commerce	.112	.115	.109	.972	.334

a. Dependent Variable: Daya Saing

Atas dasar hasil pada tabel 9, maka persamaan regresinya adalah :
 $Y = 40,136 + 0,006X1 + 0,112X2$

Dimana :

- Y : Daya Saing
 X1 : Digitalisasi Akuntansi
 X2 : *E-Commerce*

Hasil analisis Tabel 9 yaitu :

- Nilai konstan pada variabel Y memiliki nilai 40,136. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Y akan Bernilai 40,136 jika variabel X1 dan X2 bernilai sama dengan nol.
- Setiap kenaikan 1 satuan digitalisasi akuntansi (X1) hanya menaikkan daya saing sebesar 0,006.
- Setiap kenaikan 1 satuan *E-Commerce* menaikkan daya saing sebesar 0,112.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh dari masing masing (parsial) variabel independen terhadap dependen apakah berpengaruh atau tidak berpengaruh. Dilihat dari tabel 9 dijelaskan sebagai berikut:

- Pengaruh X1 terhadap Y : diketahui nilai sig 0,973 (>0,05), dan nilai Thitung $0,034 < 1,667$ Ttabel sehingga dapat disimpulkan bahwa digitalisasi akuntansi (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing (Y). H1 ditolak
- Pengaruh X2 terhadap Y : diketahui nilai sig 0,334 (>0,05), dan nilai Thitung $0,972 < 1,667$ Ttabel sehingga disimpulkan bahwa *E-Commerce* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing (Y). H2 ditolak.

Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan variabel-variabel independen terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusan dalam pengujian ini bisa dilaksanakan dengan menggunakan nilai *probability value (p-value)* maupun F hitung.

Tabel 10. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.222	2	3.611	.473	.625 ^b
	Residual	602.497	79	7.627		
	Total	609.720	81			

a. Dependent Variable: Daya Saing

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

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) pada tabel 10, diperoleh nilai f hitung sebesar 0,473 dengan nilai signifikan sebesar 0,625. Karena nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa **digitalisasi akuntansi dan E-Commerce secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing.**

Dengan demikian, model regresi berganda dalam penelitian ini tidak mampu menjelaskan pengaruh kedua variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Pembahasan

- a) Pengaruh pemanfaatan digitalisasi akuntansi terhadap peningkatan daya saing UMKM yang dikelola Milenial dan Gen Z sektor kuliner di Kota Sungai Penuh

Hasil uji parsial (t) membuktikan bahwa digitalisasi akuntansi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya saing UMKM sektor kuliner yang dikelola oleh Milenial dan Gen Z di Kota Sungai Penuh. Hal ini dilihat dari nilai t-hitung sebesar 0,034 yang lebih kecil dari t-tabel 1,667, serta nilai signifikan 0,973 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis alternative (H_a) yang menyatakan “ digitalisasi akuntansi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya saing “ di tolak.

Temuan ini juga dapat ditemukan pada penelitian (Sari 2021) menemukan bahwa penggunaan aplikasi digitalisasi akuntansi oleh UMKM jambi belum signifikan meningkatkan kinerja usaha karena masih sebatas pencatatan sederhana.

Selain itu, rendahnya literasi digital pelaku UMKM keterbatasan infrastruktur teknologi seperti minimnya pendampingan dan pelatihan terkait penggunaan alat digital menjadi faktor yang turut memperlemah efektivitas digitalisasi dalam operasional bisnis. Lebih jauh, daya saing UMKM kuliner kota Sungai Penuh masih lebih banyak ditentukan oleh faktor konvensional seperti kualitas citra produk, lokasi usaha, harga kapasitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan local. Dominasi faktor non digital ini menyebabkan kontribusi digitalisasi akuntansi dan *E- Commerce* menjadi tidak signifikan secara statistik.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memunculkan permasalahan substantive bahwa peranan digitalisasi dalam konteks UMKM kuliner di Kota Sungai Penuh belum mencapai tahap dimana teknologi dapat memberikan keunggulan kompetitif yang nyata. Temuan ini menjadi dasar penting untuk menganalisis kembali strategi penguatan kapasitas digital UMKM, termasuk perlunya intervensi kebijakan, pengembangan infrastruktur, peningkatan literasi digital, serta pendampingan berkelanjutan agar digitalisasi akuntansi benar benar mampu berfungsi sebagai penggerak utama daya saing dimasa mendatang.

Penggunaan digitalisasi akuntansi masih berada pada tahap dasar. Meskipun mayoritas UMKM mengaku menggunakan aplikasi atau alat digital untuk pencatatan keuangan, tingkat pemanfaatannya cenderung masih fungsi fungsi dasar seperti, pencatatan pemasukan dan pengeluaran sederhana, tidak dilakukan analisis laporan laba rugi, tidak ada proyeksi arus kas, dan tidak digunakan untuk pengambilan keputusan strategis.

Menunjukkan bahwa generasi muda UMKM membutuhkan pelatihan tambahan agar digitalisasi akuntansi berdampak signifikan. Walaupun generasi muda dianggap digital native, kenyataannya ada gap antara, kemampuan digital personal (main sosmed, editing), dan kemampuan digital bisnis (menggola data, strategi marketplace, digital selling). Banyak pelaku UMKM muda yang belum memiliki literasi digital bisnis yang memadai.

- b) Pengaruh pemanfaatan *E-Commerce* terhadap peningkatan daya saing UMKM yang dikelola Milenial dan Gen Z sektor kuliner Kota Sungai Penuh

E-Commerce tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya saing UMKM sektor kuliner yang dikelola Milenial dan Gen Z di Kota Sungai Penuh. Hal ini dibuktikan melalui Thitung (0,972) yang kecil dari t-tabel (1,667) serta nilai signifikan 0,334 yang lebih besar dari alpa 0,05. Dengan demikian, hipotesis alternative (H_a) yang menyatakan adanya pengaruh signifikan *E-Commerce* terhadap daya saing UMKM yang tidak dapat dikonfirmasi kebenarannya.

Temuan ini juga dapat ditemukan pada penelitian (Rusdi, R. 2023) ini berguna untuk memperkuat argumen bahwa *E-Commerce* tidak otomatis menaikkan daya saing karena hambatan literasi digital, infrastruktur, atau marketing offline.

Hal ini terjadi karena rendahnya literasi digital, keterbatasan perangkat dan lembaga pendukung. Pelaku UMKM hanya membuat akun di platform *E-Commerce* atau media sosial tanpa memahami bagaimana strategi digital marketing, manajemen katalog produk, atau pelayanan konsumen yang efektif.

Secara empiris, temuan ini mengidentifikasi bahwa digitalisasi, baik melalui aplikasi akuntansi maupun platform *E-Commerce*, belum menjadi faktor strategis yang menentukan keunggulan kompetitif UMKM di Kota Sungai Penuh.

E-Commerce tidak signifikan meningkatkan kinerja usaha apabila pelaku hanya menggunakan fitur dasar tanpa strategi pemasaran digital. Meskipun banyak UMKM sudah memiliki akun *E-Commerce* namun penggunaannya masih massif seperti, hanya mengupload produk 1-3 kali, tidak update kataloge, tidak menggunakan fitur promosi (vouer, gratis ongkir), tidak memahami algoritma ranking toko, tidak melakukan optimasi foto dan deskripsi. Hal ini membuat keberadaan mereka dimarketplace tidak meningkatkan penjualan secara signifikan sehingga tidak berdampak pada daya saing.

Pada UMKM skala mikro, teknologi digital sering tidak signifikan karena perubahan kinerja usaha tidak terlalu besar. Banyak responden adalah UMKM skala mikro yang memiliki omzet yang kecil, pasar local sangat terbatas, belum melakukan ekspansi, dan penjualan stabil tidak banyak perubahan. jika variabilitas data kecil, maka statistic efek digitalisasi atau *E-Commerce* sulit terlihat.

Pengukuran *E-Commerce* yang hanya berdasarkan persepsi pengguna cenderung menghasilkan pengaruh tidak signifikan. Jika indikator digitalisasi akuntansi dan *E-Commerce* hanya mengukur, frekuensi penggunaan, dan tingkat setuju/tidak setuju, maka variabel tidak menggambarkan, kualitas pemanfaatan, konsistensi, dan kedalaman penggunaan akibatnya, hubungan dengan daya saing jadi lemah.

Dampak transformasi digital pada UMKM biasanya baru terasa setelah 12-24 bulan. Digitalisasi akuntansi dan *E-Commerce* baru memberikan efek setelah, usaha stabil, pemasaran berjalan konsisten, dan pelaku usaha memahami analisis data penjualan. Pada umkm yang baru berjalan 1-2 tahun, efek ini belum muncul.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Pemanfaatan digitalisasi akuntansi terhadap peningkatan daya saing UMKM yang dikelola Milenial dan Gen Z di Kota Sungai Penuh tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap daya saing UMKM yang dikelola Milenial dan Gen Z di Kota Sungai Penuh. Dikarenakan masih rendahnya literasi digital pelaku UMKM, keterbatasan infrastruktur teknologi seperti minimnya pendampingan dan pelatihan terkait penggunaan alat digital menjadi faktor yang turut memperlemah efektivitas

digitalisasi akuntansi dalam operasional bisnis. Penggunaan digitalisasi akuntansi di Kota Sungai Penuh masih berada pada tahap dasar. Meskipun mayoritas UMKM mengaku menggunakan aplikasi atau alat digital untuk pencatatan keuangan, tingkat pemanfaatannya cenderung masih fungsi fungsi dasar seperti, pencatatan pemasukan dan pengeluaran sederhana, tidak dilakukan analisis laporan laba rugi, tidak ada proyeksi arus kas, dan tidak digunakan untuk pengambilan keputusan strategis.

- 2) Pemanfaatan E-Commerce terhadap peningkatan daya saing UMKM yang dikelola Milenial dan Gen Z di Kota Sungai Penuh tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap daya saing UMKM yang dikelola Milenial dan Gen Z di Kota Sungai Penuh. Dikarenakan hambatan literasi digital, infrastruktur, atau marketing offline, dan di Kota Sungai Penuh juga belum ada *E-Commerce* seperti shoppe food, dan gofood, maka dari itu UMKM di Kota Sungai Penuh hanya mempromosikan produk atau bisnis mereka di platform seperti tiktok, instagram dan fecebook dan juga menggunakan jasa *E-Commerce* lokal seperti balilango, gokurir, dan eftu delivery.
- 3) Digitalisasi akuntansi dan *E-Commerce* tidak menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan secara parsial terhadap daya saing. Hal ini dibuktikan dengan nilai statistic t-hitung digitalisasi akuntansi (0,034) dan *E-Commerce* (0,972) yang lebih kecil dari t-tabel (1,667) serta nilai signifikan digitalisasi akuntansi (0,973) dan *E-Commerce* (0,334) yang lebih tinggi dari tingkat alpha 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh pemanfaatan digitalisasi akuntansi dan *E-Commerce* dapat meningkatkan daya saing UMKM sektor kuliner yang dikelola milenial dan gen-z di Kota Sungai Penuh ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryanto, Ida Farida, A. R. (2023). TRANSFORTASI DIGITAL UMKM: ANALISIS PENGARUH PEMANFAATAN E-COMMERCE TERHADAP KINERJA DISEKTOR KULINER KABUPATEN TABANAN. *Journal of Appled Managerial Accounting*, Vol.7, 188–199.
- Cyntia Carolina. (2024). Assistance in determining the cost of goods (COGS) at UMKM Nadira villa cake, Sungai Penuh City. *The Future of Educatio Journal*, 3(5), 1971-1977.
- Farah Faradesila, Zuraidah, & Shalan, A. M. M. (2025). Digital Accounting and E- Commerce Empowerment: Enhancing Millennial and Gen Z Msme Competitiveness in Culinary Sector. *International Journal of Contemporary Accounting*, 7(1), 51–66. <https://doi.org/10.25105/v7i1.22732>
- Haryati, R., Khoirul, S., Farah Faradesila, Zuraidah, Shalan, A. M. M., Ompusunggu, D. P., & Triani, Y. (2024). Transformasi Teknologi E-Commerce Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kota Palangka Raya: Faktor Pendorong Dan Penghambat Adopsi. *Jurnal Bintang Manajemen*, 6(2), 1–23. <https://doi.org/10.37817/jurnalmanajemen.v1i1>
- Mangiri, N. J. S., & Sasabone, L. (2023). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 1346–1352.
- Ompusunggu, D. P., & Triani, Y. (2023). Transformasi Teknologi E-Commerce Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kota Palangka Raya: Faktor Pendorong Dan Penghambat Adopsi. *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(2), 114–122.

- Ramdhani, A. T. A., & Agung Rashif Madani. (2024). Aktivasi Gen-Z Terhadap Pengembangan Umkm Melalui Digitalisasi. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 23(2), 159–166. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v23i2.3300>
- Rio Baviga. (2022). Pengaruh persepsi Pemilik Dan Pengetahuan Akuntansi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan menengah terhadap penggunaan informasi akuntansi: studi kasus pada UMKM jagung Goreng Air Panas Semurup. *indonesia journal of finance and strategi* 2(2), 173-194.
- Rusli, R. (2023). Pengaruh Media Sosial, E-Commerce, dan Website terhadap KinerjaUMKM, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 8(2),169-177
- Sari, D. (2021). Analisis Penggunaan Aplikasi Akuntansi oleh UMKM dan Dampaknya terhadap Kinerja Usaha. *Jurnal Ekonomi & Kewirausahaan*, 7(3), 210–220.
- Wulandari, S. (2021). Pengaruh Teknologi Digital terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Makanan dan Minuman. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 6(1), 33–42