
Peran Mediasi Pemahaman Akuntansi Digital, E-Commerce, dan Kualitas Laporan Keuangan Dalam Pengaruh Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM di Soloraya

Sri Partini^{1*}, Agus Setyo Utomo¹, Indra Iryanto Nur Hidayat²

¹Program Studi Bisnis Digital, Politeknik Akbara Surakarta, Indonesia

²Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Indonesia

*wahyutitinpmi@gmail.com**

Article History:

Received : 09-08-2025

Accepted : 15-08-2025

Keywords: Literasi Digital;
Kinerja UMKM; E-Commerce;
Akuntansi Digital; SEM-PLS

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi digital terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dengan mempertimbangkan peran mediasi dari pemahaman akuntansi, adopsi e-commerce, dan kualitas laporan keuangan. Studi ini dilatarbelakangi oleh tantangan adaptasi digital yang dihadapi UMKM di era transformasi digital, khususnya dalam pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran berbasis teknologi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS), yang melibatkan 54 responden pelaku UMKM di wilayah Soloraya. Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Namun, jalur tidak langsung melalui pemahaman akuntansi, e-commerce, dan kualitas laporan keuangan tidak menunjukkan efek mediasi yang signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa literasi digital merupakan faktor utama yang secara langsung meningkatkan kinerja UMKM, sementara variabel perantara berperan sebagai elemen pendukung. Implikasi praktis dari studi ini adalah perlunya program pelatihan literasi digital yang komprehensif dan aplikatif bagi pelaku UMKM, disertai penguatan kapasitas di bidang akuntansi digital dan pemasaran daring. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan model penguatan kapasitas digital UMKM di negara berkembang.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam struktur perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2025), UMKM menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Di kawasan Soloraya yang mencakup Kota Surakarta, Kabupaten Sukoharjo, Karanganyar, Boyolali, Klaten, Sragen, dan Wonogiri, UMKM berkembang pesat sebagai tulang punggung ekonomi lokal dengan karakteristik yang beragam, mulai dari industri kreatif, kuliner, hingga kerajinan rakyat. Namun demikian, tantangan fundamental masih dihadapi, khususnya dalam aspek pengelolaan keuangan dan pemanfaatan teknologi digital.

Penelitian sebelumnya oleh Sariningsih et al. (2025) menunjukkan bahwa variabel pemahaman akuntansi, e-commerce, dan kualitas laporan keuangan belum memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM jika tidak dibarengi dengan faktor penunjang lain seperti budaya organisasi. Dalam konteks perkembangan teknologi, literasi digital menjadi prasyarat penting untuk menjembatani kesenjangan pemanfaatan teknologi digital dan transformasi usaha. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan mengoperasikan perangkat teknologi, tetapi juga pemahaman kritis terhadap informasi digital dan pemanfaatannya dalam proses bisnis (Fitriani et al., 2023).

Penelitian ini dilakukan dengan fokus pada UMKM di wilayah Soloraya karena karakteristik geografis, budaya, serta tingkat penetrasi digital yang berbeda-beda di setiap kabupaten/kota. Konteks ini memberi peluang analisis mendalam mengenai bagaimana literasi digital dapat berperan sebagai variabel mediasi dalam meningkatkan kinerja UMKM melalui penguatan kapasitas internal seperti akuntansi, adopsi e-commerce, dan pelaporan keuangan (Hadi et al., 2025; Nurfani et al., 2025).

Penelitian ini didasarkan pada teori *Resource-Based View* (RBV) yang menekankan pentingnya sumber daya internal sebagai penentu keunggulan kompetitif (J. Barney, 1991; J. B. Barney, 2001). Dalam hal ini, kompetensi akuntansi, pemanfaatan teknologi e-commerce, dan kualitas laporan keuangan merupakan sumber daya yang perlu dioptimalkan (Sukmantari & Julianto, 2022). Namun, optimalisasi tersebut memerlukan literasi digital sebagai modal intelektual dan teknologis (Oktavianty et al., 2024).

Penelitian ini mengacu pada teori *Resource-Based View* (J. Barney, 1991; J. B. Barney, 2001) yang menyatakan bahwa sumber daya internal, seperti kemampuan digital dan kompetensi manajerial, merupakan fondasi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Dalam konteks UMKM, literasi digital menjadi modal intelektual yang memungkinkan pelaku usaha mengelola informasi, proses bisnis, dan pengambilan keputusan berbasis teknologi.

Literasi Digital Sebagai Sumber Daya Strategis

Literasi digital telah menjadi kompetensi esensial dalam mengelola bisnis di era transformasi digital, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Fitriani et al. (2023) menyatakan bahwa literasi digital mencakup kemampuan individu dalam memahami, mengevaluasi, serta memanfaatkan

teknologi informasi dan komunikasi dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi digital memiliki korelasi positif terhadap beberapa aspek penting dalam pengelolaan bisnis UMKM.

Pertama, literasi digital berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan pemahaman akuntansi. (Saputri & Arnilasari, 2025) membuktikan bahwa pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi digital yang baik lebih mampu mengoperasikan aplikasi pembukuan digital seperti BukuKas atau Accurate, yang pada gilirannya meningkatkan akurasi pencatatan transaksi dan pemahaman konsep dasar akuntansi.

Selanjutnya, dalam kaitannya dengan adopsi e-commerce, penelitian oleh Abdan Sifa et al. (2024); Siti et al. (2025) menunjukkan bahwa pemilik UMKM yang memiliki keterampilan digital tinggi cenderung lebih cepat mengadopsi platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, atau WhatsApp Business untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan.

Selain itu, literasi digital juga berkorelasi positif dengan kualitas laporan keuangan. Studi oleh Khusna et al. (2025); Rini Utari & Junita Putri Rajana Harahap (2024) mengungkapkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam pencatatan dan pelaporan keuangan memungkinkan penyusunan laporan yang lebih akurat, real-time, dan sesuai standar, sehingga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas.

Terakhir, literasi digital memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM. Penelitian oleh Bidasari et al. (2023); Sendy Pratama et al. (2024) menyimpulkan bahwa digitalisasi proses bisnis melalui pemanfaatan teknologi informasi berkontribusi pada efisiensi operasional, pengambilan keputusan berbasis data, dan pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan. Dengan demikian, literasi digital tidak hanya berdampak pada satu aspek, melainkan menjadi fondasi penting dalam transformasi digital UMKM secara menyeluruh.

H1: Literasi digital berpengaruh positif terhadap pemahaman akuntansi.

H2: Literasi digital berpengaruh positif terhadap adopsi e-commerce.

H3: Literasi digital berpengaruh positif terhadap kualitas laporan keuangan.

H4: Literasi digital berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Pemahaman Akuntansi Berbasis Digital Terhadap Kinerja UMKM

Pemahaman akuntansi adalah kompetensi dasar yang mendukung pengelolaan keuangan usaha. Namun, kompetensi ini semakin bergantung pada kemampuan digital, mengingat tren otomatisasi melalui aplikasi keuangan berbasis cloud (Firdaus, 2025; Sudiby, 2025). Oleh karena itu, literasi digital diyakini memengaruhi kemampuan pelaku usaha dalam memahami dan menerapkan prinsip akuntansi. Model yang dikembangkan oleh Ningsih & Fitriani (2025) secara konseptual dapat diterima karena menunjukkan bahwa literasi, baik dalam aspek keuangan maupun teknologi, berkontribusi pada peningkatan kualitas laporan akuntansi yang selanjutnya berdampak positif terhadap kinerja usaha (Dinda Indri L. L. et al., 2023; Lestari & Rustiana, 2019). Dalam konteks ini, pemahaman akuntansi berperan sebagai variabel mediasi yang logis dan terbukti secara empiris.

H5: Pemahaman akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

H5a: Pemahaman akuntansi berbasis digital memediasi pengaruh literasi digital terhadap kinerja UMKM.

Adopsi E-Commerce Sebagai Turunan Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM

Adopsi e-commerce adalah proses bisnis yang berbasis teknologi. Penelitian oleh Muhibbusaabry et al. (2024); Setiawan (2024) menekankan bahwa adopsi e-commerce baru efektif jika pelaku usaha memiliki literasi digital dasar yang memadai. Hal ini mencakup kemampuan membuat akun, melakukan manajemen toko online, serta menjawab interaksi pelanggan secara digital. Studi Iskandar et al. (2025); Juliantari et al. (2024) menemukan bahwa literasi digital secara signifikan meningkatkan adopsi e-commerce, dan penggunaan e-commerce berkontribusi pada performa bisnis UMKM.

H6: E-commerce berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

H6a: E-commerce memediasi pengaruh literasi digital terhadap kinerja UMKM.

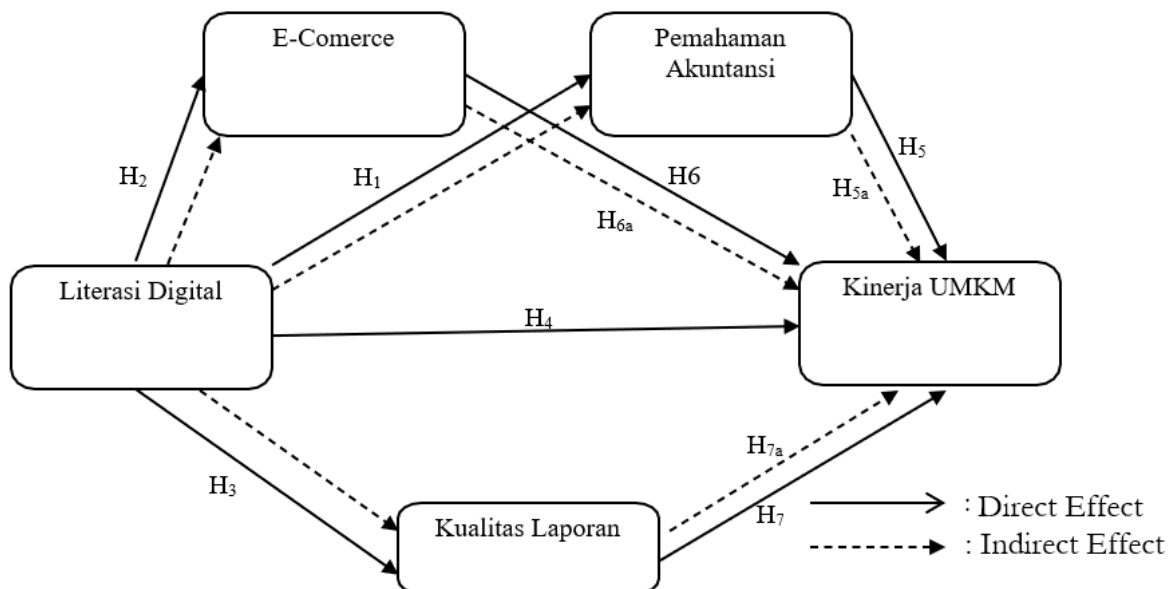
Kualitas Laporan Keuangan dan Kemampuan Digital Terhadap Kinerja UMKM

Fitriani et al. (2023); Luckieta (2025) menunjukkan bahwa UMKM dengan tingkat literasi digital tinggi cenderung memiliki pencatatan keuangan yang lebih rapi, tepat waktu, dan sesuai standar. Teknologi akuntansi modern seperti aplikasi POS atau mobile bookkeeping memerlukan kemampuan memahami interface dan struktur laporan digital. Irhamuddin et al. (2025) menyatakan bahwa pelaku UMKM dengan literasi digital lebih tinggi memiliki pencatatan akuntansi yang lebih tertib dan akurat, yang kemudian menghasilkan laporan yang berkualitas serta memengaruhi kinerja usaha.

Selain itu, studi Cahyono & Rizqi (2023); Larasati (2025) menegaskan bahwa literasi digital memungkinkan hasil input akuntansi digital menjadi performa bisnis yang lebih baik.

H7: Kualitas laporan keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

H7a: Kualitas laporan keuangan memediasi pengaruh literasi digital terhadap kinerja UMKM.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori, yang bertujuan untuk menguji pengaruh literasi digital terhadap kinerja UMKM dengan memediasi pemahaman akuntansi digital, adopsi e-commerce, dan kualitas laporan keuangan. Pendekatan ini relevan sebagaimana disarankan oleh Sugiyono (2019) untuk penelitian yang menguji hubungan antarvariabel dengan tujuan penjelasan (eksplanatori). Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di wilayah Soloraya, yang mencakup Kota Surakarta, Kabupaten Sukoharjo, Karanganyar, Boyolali, Klaten, Sragen, dan Wonogiri, sebagaimana wilayah ini dikenal sebagai salah satu pusat pertumbuhan UMKM di Jawa Tengah. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, yaitu memilih responden yang telah aktif menggunakan teknologi digital dalam kegiatan usahanya (Neuman et al., 2011; Russell Neuman et al., 2014).

Jumlah responden yang digunakan adalah 54 UMKM, sesuai dengan ketentuan (Ghozali, 2021; Hair et al., 2021), yang menyatakan bahwa dalam analisis PLS-SEM, jumlah sampel berada pada rentang 30–500 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring menggunakan Google Form, metode yang banyak digunakan dalam penelitian kontemporer di bidang manajemen UMKM karena efisiensi dan jangkauannya (Creswell & Creswell, 2014). Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator-indikator dari penelitian terdahulu yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, dan diukur menggunakan skala Likert lima poin (Sekaran & Bougie, 2016). Uji validitas dan reliabilitas dilakukan melalui analisis outer model dalam perangkat lunak SmartPLS versi 3.2, sedangkan pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis inner model, termasuk uji mediasi, sebagaimana dikembangkan oleh Ghozali (2021); Hair et al. (2021) untuk mengetahui efek langsung dan tidak langsung dalam model struktural berbasis varian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengukuran Outer Model

Uji Validitas

Cross-loading factor dievaluasi dan uji statistik digunakan untuk uji validitas. Loading faktor antara 0,50 dan 0,60 dianggap memadai untuk validitas konvergen, sementara nilai korelasi yang melebihi 0,70 dianggap lebih baik (Ghozali, 2021; Hair et al., 2021).

Tabel 1. *Cross-Loading Factor*

	E-Commerce	Kinerja UMKM	Kualitas Laporan Keuangan	Literasi Digital	Pemahaman Akuntansi
X1	0,728	0,580	0,626	0,692	0,635
X2	0,552	0,557	0,707	0,735	0,569
X3	0,680	0,638	0,527	0,752	0,630
X4	0,811	0,818	0,697	0,891	0,661
X5	0,687	0,715	0,641	0,806	0,554
Y1	0,704	0,838	0,646	0,792	0,568

	E-Commerce	Kinerja UMKM	Kualitas Laporan Keuangan	Literasi Digital	Pemahaman Akuntansi
Y2	0,706	0,848	0,710	0,785	0,587
Y3	0,646	0,860	0,624	0,705	0,613
Y4	0,702	0,867	0,568	0,680	0,607
Y5	0,596	0,818	0,624	0,648	0,708
Z1.1	0,670	0,678	0,813	0,704	0,864
Z1.2	0,455	0,476	0,728	0,564	0,825
Z1.3	0,583	0,593	0,807	0,697	0,888
Z1.4	0,657	0,736	0,771	0,747	0,924
Z1.5	0,582	0,640	0,648	0,685	0,855
Z2.1	0,874	0,671	0,565	0,744	0,516
Z2.2	0,865	0,735	0,628	0,721	0,576
Z2.3	0,735	0,511	0,637	0,689	0,559
Z2.4	0,889	0,783	0,663	0,832	0,646
Z2.5	0,848	0,624	0,585	0,782	0,583
Z3.1	0,671	0,589	0,828	0,724	0,710
Z3.2	0,639	0,655	0,884	0,702	0,767
Z3.3	0,501	0,684	0,842	0,595	0,730
Z3.4	0,386	0,469	0,772	0,523	0,585
Z3.5	0,785	0,723	0,875	0,854	0,806

Tabel 1 mengindikasikan bahwa seluruh komponen dalam model penelitian telah memenuhi kriteria uji validitas diskriminan dan analisis faktor, yang secara keseluruhan mengonfirmasi kelayakan dan kesesuaian model yang digunakan. Validitas konvergen, yang dievaluasi melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE), juga menunjukkan hasil yang memadai, dengan seluruh konstruk memiliki nilai AVE di atas ambang batas 0,50 (Ghozali, 2021; Hair et al., 2021).

Tabel 2. Hasil *Konvergen Validity*

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
E-Commerce	0,712
Kinerja UMKM	0,716
Kualitas Laporan Keuangan	0,707
Literasi Digital	0,606
Pemahaman Akuntansi	0,760

Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran & Bougie (2016), skor reliabilitas di bawah 0,60 dianggap lemah, 0,70 dapat diterima, dan di atas 0,80 menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi. Tabel 3 menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai reliabilitas komposit yang melebihi 0,70, yang mengindikasikan bahwa seluruh variabel tersebut reliabel dan layak untuk digunakan dalam penelitian dan analisis lebih lanjut.

Tabel 3. *Composite Reliability dan Cronbach's Alpha*

	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
E-Commerce	0,925	0,898
Kinerja UMKM	0,927	0,901

	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kualitas Laporan Keuangan	0,923	0,897
Literasi Digital	0,884	0,834
Pemahaman Akuntansi	0,941	0,921

Pengukuran Inner Model

Hasil analisis nilai *R Square* menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variabilitas masing-masing variabel dependen. Variabel *E-Commerce* memiliki nilai *R Square* sebesar 0,800 dan *R Square Adjusted* sebesar 0,796, yang berarti 80% variasi dalam adopsi *E-Commerce* dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model, sementara 20% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Selanjutnya, variabel Kinerja UMKM memiliki nilai *R Square* sebesar 0,748 dan *R Square Adjusted* sebesar 0,728, yang menunjukkan bahwa 74,8% variasi dalam kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh model. Variabel Kualitas Laporan Keuangan memperoleh nilai *R Square* sebesar 0,677 dan *R Square Adjusted* sebesar 0,670, yang mengindikasikan bahwa model mampu menjelaskan sekitar 67,7% dari variabilitas dalam kualitas laporan keuangan. Adapun variabel Pemahaman Akuntansi memiliki nilai *R Square* sebesar 0,616 dan *R Square Adjusted* sebesar 0,608, yang berarti bahwa 61,6% variasi dalam pemahaman akuntansi dapat dijelaskan oleh model. Sisa dari persentase tersebut pada masing-masing variabel menunjukkan adanya pengaruh dari faktor-faktor eksternal lain yang belum dimasukkan dalam analisis, sehingga perlu dilakukan kajian lebih lanjut terhadap variabel-variabel tambahan yang potensial untuk memperkuat model.

Tabel 4. *R-Square Adjusted Test*

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
E-Commerce	0,800	0,796
Kinerja UMKM	0,748	0,728
Kualitas Laporan Keuangan	0,677	0,670
Pemahaman Akuntansi	0,616	0,608

Pengujian Hipotesis: Efek Langsung dan Tidak Langsung

Tabel 5 menyajikan hasil pengujian hipotesis. Literasi digital terbukti memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap *E-Commerce* ($\beta = 0,895$; $p = 0,000$), kinerja UMKM ($\beta = 0,577$; $p = 0,004$), kualitas laporan keuangan ($\beta = 0,823$; $p = 0,000$), dan pemahaman akuntansi ($\beta = 0,785$; $p = 0,000$). Namun demikian, *E-Commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM ($\beta = 0,152$; $p = 0,217$), begitu pula kualitas laporan keuangan ($\beta = 0,083$; $p = 0,339$) dan pemahaman akuntansi ($\beta = 0,098$; $p = 0,300$). Temuan ini menunjukkan bahwa literasi digital memainkan peran sentral dalam memengaruhi aspek keuangan dan operasional utama UMKM, sementara pengaruh tidak langsung dari variabel lain terhadap kinerja UMKM tidak signifikan secara statistik.

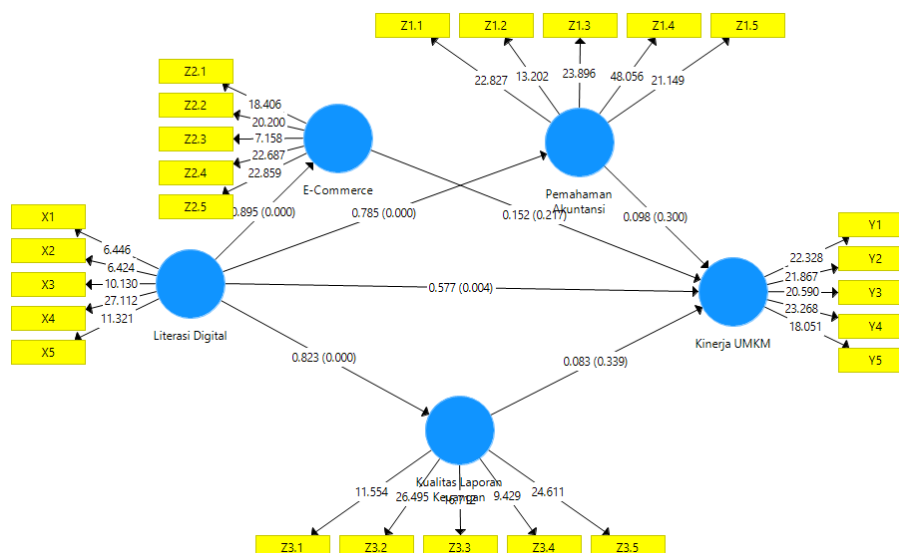
Tabel 5. Pengaruh Langsung

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
E-Commerce -> Kinerja UMKM	0,152	0,782	0,217
Kualitas Laporan Keuangan -> Kinerja UMKM	0,083	0,415	0,339
Literasi Digital -> E-Commerce	0,895	24,204	0,000
Literasi Digital -> Kinerja UMKM	0,577	2,647	0,004
Literasi Digital -> Kualitas Laporan Keuangan	0,823	14,463	0,000
Literasi Digital -> Pemahaman Akuntansi	0,785	12,994	0,000
Pemahaman Akuntansi -> Kinerja UMKM	0,098	0,523	0,300

Tabel 6 menggambarkan efek tidak langsung yang dianalisis dalam penelitian ini. Hasil menunjukkan bahwa literasi digital tidak memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap kinerja UMKM melalui *E-Commerce* ($\beta = 0,136$; $p = 0,222$), kualitas laporan keuangan ($\beta = 0,068$; $p = 0,342$), maupun pemahaman akuntansi ($\beta = 0,077$; $p = 0,307$). Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun literasi digital memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap variabel-variabel tersebut, peran mediasi dari *E-Commerce*, kualitas laporan keuangan, dan pemahaman akuntansi dalam menjembatani hubungan antara literasi digital dan kinerja UMKM tidak terbukti secara statistik.

Tabel 6. Efek Mediasi

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Literasi Digital -> E-Commerce -> Kinerja UMKM	0,136	0,768	0,222
Literasi Digital -> Kualitas Laporan Keuangan -> Kinerja UMKM	0,068	0,409	0,342
Literasi Digital -> Pemahaman Akuntansi -> Kinerja UMKM	0,077	0,506	0,307



Gambar 2. Model SEM

Penelitian ini mengkaji keterkaitan antara literasi digital, *e-commerce*, pemahaman akuntansi, kualitas laporan keuangan, dan dampaknya terhadap kinerja UMKM di wilayah Soloraya. Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap berbagai aspek penting dalam pengelolaan usaha, seperti *e-commerce*, pemahaman akuntansi, dan kualitas laporan keuangan. Namun, pengaruh tidak langsung dari literasi digital terhadap kinerja UMKM melalui ketiga variabel tersebut tidak signifikan secara statistik. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi digital memiliki peran kunci yang langsung dalam meningkatkan kinerja UMKM, sementara fungsi mediasi dari *e-commerce*, pemahaman akuntansi, dan kualitas laporan keuangan masih memerlukan kajian lebih lanjut atau penguatan variabel intervening lainnya.

Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Soloraya. Literasi digital merujuk pada kemampuan individu dalam memahami, mengakses, serta menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara efektif. Dalam konteks UMKM, literasi digital memengaruhi berbagai aspek operasional usaha, mulai dari pemasaran digital, manajemen keuangan berbasis aplikasi, hingga pemanfaatan platform *e-commerce*.

Hasil ini selaras dengan temuan Bidasari et al. (2023), yang menegaskan bahwa literasi digital berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan efisiensi dan daya saing UMKM di era digital. Demikian pula, penelitian oleh Anwar et al. (2023); Sendy Pratama et al. (2024) mengungkap bahwa pelaku UMKM yang memiliki kemampuan digital tinggi cenderung lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dan pasar, serta lebih mampu mengembangkan inovasi bisnis berbasis digital. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya berperan dalam penggunaan perangkat teknologi, tetapi juga dalam meningkatkan kapasitas pengambilan keputusan yang berbasis data dan informasi real-time.

UMKM yang memiliki tingkat literasi digital tinggi mampu mengoptimalkan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas, memanfaatkan media sosial untuk promosi, serta mengelola transaksi dan laporan keuangan secara lebih efisien. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital perlu menjadi prioritas dalam program pemberdayaan UMKM. Pemerintah dan lembaga terkait dapat menyelenggarakan pelatihan literasi digital yang terstruktur guna menciptakan pelaku UMKM yang tangguh dan adaptif terhadap transformasi digital.

Literasi Digital Terhadap E-Commerce

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh sangat kuat dan signifikan terhadap tingkat adopsi e-commerce oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Literasi digital dalam konteks ini mencakup kemampuan untuk memahami dan mengoperasikan teknologi informasi, menjelajahi internet, menggunakan media sosial, serta mengelola aplikasi e-commerce secara efektif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Abdan Sifa et al. (2024); Siti et al. (2025) yang menekankan bahwa tingkat literasi digital yang tinggi merupakan syarat utama bagi UMKM untuk dapat memanfaatkan teknologi e-commerce secara maksimal.

UMKM yang memiliki pemahaman digital yang baik cenderung lebih mudah dalam mengelola toko daring, melakukan promosi melalui media sosial, memproses pembayaran digital, dan menjangkau konsumen secara lebih luas. Hal ini mengarah pada peningkatan efisiensi operasional serta perluasan pangsa pasar. Penelitian dari Kamanda & Syariah (2025); Naqiya (2025) juga memperkuat temuan ini, dengan menyatakan bahwa pelaku UMKM yang aktif dalam platform digital menunjukkan peningkatan signifikan dalam volume penjualan dan loyalitas pelanggan.

Dengan demikian, literasi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu teknis, tetapi juga menjadi fondasi utama dalam membentuk model bisnis berbasis digital yang berkelanjutan.

Literasi Digital Terhadap Pemahaman Akuntansi dan Kualitas Laporan Keuangan

Selain memberikan pengaruh signifikan terhadap adopsi e-commerce, literasi digital juga terbukti berperan penting dalam meningkatkan pemahaman akuntansi serta kualitas laporan keuangan pada UMKM. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa kemampuan digital tidak hanya mendukung aspek pemasaran dan operasional, tetapi juga berdampak pada pengelolaan administrasi dan keuangan usaha secara lebih tertata dan profesional. Literasi digital memungkinkan pelaku UMKM untuk mengakses dan memanfaatkan berbagai aplikasi akuntansi digital yang dirancang untuk menyederhanakan proses pencatatan, klasifikasi, dan pelaporan transaksi keuangan.

Sejalan dengan penelitian Khusna et al. (2025); Rini Utari & Junita Putri Rajana Harahap (2024), penggunaan teknologi digital dalam akuntansi membantu UMKM menyusun laporan keuangan yang lebih akurat, tepat waktu, dan sesuai standar. Hal ini sangat penting dalam konteks modern, di mana laporan keuangan tidak hanya berfungsi sebagai alat evaluasi internal, tetapi juga sebagai persyaratan untuk memperoleh akses pembiayaan dari lembaga keuangan formal. Pemahaman akuntansi yang didukung oleh pemanfaatan teknologi digital juga memungkinkan

pelaku usaha untuk mengambil keputusan berbasis data yang lebih rasional dan strategis.

Lebih lanjut, penelitian oleh Saputri & Arnilasari (2025) menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital berpengaruh signifikan terhadap peningkatan keterampilan akuntansi dasar pelaku UMKM, termasuk dalam hal pencatatan kas, pengelompokan biaya, dan penyusunan laporan laba-rugi.

Efek Tidak Langsung Terhadap Kinerja UMKM

Penelitian ini mengungkap bahwa meskipun literasi digital secara signifikan memengaruhi variabel-variabel perantara seperti e-commerce, pemahaman akuntansi, dan kualitas laporan keuangan, tidak ditemukan bukti yang kuat mengenai adanya efek mediasi dari ketiga variabel tersebut terhadap kinerja UMKM. Dengan kata lain, e-commerce, pemahaman akuntansi, dan kualitas laporan keuangan tidak berhasil menjadi jalur perantara yang signifikan antara literasi digital dan kinerja UMKM. Temuan ini memperjelas bahwa literasi digital memiliki kekuatan pengaruh langsung yang lebih dominan terhadap peningkatan performa usaha mikro, kecil, dan menengah.

Hasil ini tidak sejalan dengan temuan dari Dinda Indri L. L. et al. (2023); Lestari & Rustiana (2019); Ningsih & Fitriani (2025), yang menyatakan bahwa pemanfaatan literasi digital secara langsung mampu meningkatkan efektivitas operasional UMKM tanpa harus melalui perantara lain. Hal ini disebabkan oleh sifat literasi digital yang menyentuh hampir seluruh aspek bisnis secara langsung, mulai dari promosi, komunikasi pelanggan, pemrosesan transaksi, hingga pengambilan keputusan berbasis data. Bahkan, menurut Febrianawati et al. (2024); Purba et al. (2025), pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi digital tinggi cenderung menunjukkan peningkatan produktivitas dan adaptabilitas usaha, bahkan ketika variabel pendukung lainnya belum optimal.

Di sisi lain, ketidaksignifikanan jalur mediasi ini juga dapat dijelaskan oleh kemungkinan rendahnya pemanfaatan secara maksimal terhadap e-commerce, akuntansi digital, dan pelaporan keuangan oleh sebagian pelaku UMKM. Banyak pelaku usaha yang meskipun memiliki akses terhadap teknologi digital, belum sepenuhnya mampu mengintegrasikan praktik digital tersebut dalam operasional sehari-hari, terutama dalam hal keuangan dan akuntansi yang membutuhkan pemahaman teknis yang lebih mendalam (Astri et al., 2025; Wati & Rahmah, 2025).

Dengan demikian, arah kebijakan maupun program intervensi untuk peningkatan kinerja UMKM seyogianya diarahkan secara langsung pada peningkatan kompetensi literasi digital pelaku usaha. Upaya ini harus dilakukan melalui pelatihan intensif yang tidak hanya bersifat teknis tetapi juga strategis, agar pelaku UMKM mampu menghubungkan literasi digital dengan peningkatan kinerja secara nyata. Sementara itu, aspek-aspek pendukung seperti pemanfaatan *e-commerce*, akuntansi, dan pelaporan keuangan tetap perlu dikembangkan sebagai penguatan struktur bisnis yang lebih berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini secara komprehensif menegaskan pentingnya literasi digital sebagai fondasi utama dalam mendorong kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era transformasi digital. Literasi digital terbukti memiliki pengaruh langsung yang kuat dan signifikan terhadap kinerja UMKM, melebihi pengaruh tidak langsung melalui variabel perantara seperti adopsi *e-commerce*, pemahaman akuntansi digital, dan kualitas laporan keuangan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang memiliki literasi digital tinggi lebih mampu beradaptasi dengan teknologi, mengoptimalkan pemasaran digital, serta melakukan pencatatan dan pelaporan keuangan secara akurat. Literasi digital yang baik memungkinkan UMKM untuk mengelola platform *e-commerce* secara efektif, memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas, serta menggunakan aplikasi akuntansi berbasis teknologi guna menghasilkan laporan keuangan yang lebih transparan dan efisien. Temuan ini sejalan dengan berbagai studi sebelumnya Abdan Sifa et al. (2024); Astri et al. (2025); Bidasari et al. (2023); Khusna et al. (2025); Rini Utari & Junita Putri Rajana Harahap (2024); Saputri & Arnilasari (2025); Sendy Pratama et al. (2024) yang menekankan pentingnya kemampuan digital sebagai modal utama dalam ekosistem bisnis digital modern.

Namun demikian, jalur mediasi melalui *e-commerce*, pemahaman akuntansi, dan kualitas laporan keuangan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Artinya, meskipun ketiga variabel ini berperan penting dalam membentuk fondasi operasional usaha yang sehat, pengaruh mereka terhadap kinerja tidak sekuat pengaruh langsung dari literasi digital. Oleh karena itu, program-program pelatihan dan pemberdayaan UMKM perlu memprioritaskan peningkatan literasi digital secara menyeluruh dan berkelanjutan. Hal ini dapat dilakukan melalui penyediaan pelatihan intensif, pendampingan berbasis teknologi, serta pengembangan modul edukatif yang mudah diakses oleh pelaku usaha.

Dengan demikian, strategi pengembangan UMKM di era digital sebaiknya berfokus pada peningkatan literasi digital sebagai intervensi utama, tanpa mengabaikan pentingnya pelatihan lanjutan dalam bidang *e-commerce*, akuntansi, dan pelaporan keuangan. Pendekatan ini diyakini dapat menghasilkan transformasi digital yang menyeluruh dan berkelanjutan bagi sektor UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdan Sifa, A., Masruroh, I., Zulfa, M. A., Fitriani, S. N., & Aprianto, N. E. K. (2024). Transformasi digital *e-commerce* dalam menguasai konsentrasi pasar di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(12), 405–413. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3239>
- Anwar, M. C., Andini, S. A., Adellia, E. A., & Yulaeli, T. (2023). Peran transformasi digital dan tantangan inovasi terhadap keberlanjutan UKM di Indonesia (Studi literature review). *Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Logistik*, 2(2), 300–313.
- Astri, M., Abbas, Y., Maulina, S., Indardaini, P., Manajemen, P. S., Widya, U., & Mahakam, G. (2025). Peningkatan pemahaman dan adopsi teknologi keuangan pada UMKM melalui program pengabdian di Kota Samarinda. *Jurnal Pengabdian*

- Masyarakat Bidang Sosial dan Humaniora*, 4(2), 287–297.
<https://doi.org/10.55123/abdisoshum.v4i2.5841>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Barney, J. B. (2001). Is the resource-based “view” a useful perspective for strategic management research? Yes. *Academy of Management Review*, 26(1), 41–56.
- Bidasari, B., Sahrir, S., Goso, G., & Hamid, R. S. (2023). Peran literasi keuangan dan literasi digital dalam meningkatkan kinerja UMKM. *Owner*, 7(2), 1635–1645.
<https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1404>
- Cahyono, T. D., & Rizqi, R. M. (2023). Pengaruh modal finansial dan literasi digital terhadap kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Sumbawa. *JlIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(12), 10849–10855.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3403>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (Vol. 54). Sage Publications.
- Dinda Indri, L. L., Sari, I., Saputra, R. I. S., Sari, S. W., Yanti, R. D., & Sisdiyanto, E. (2023). Integrasi akuntansi lingkungan untuk kinerja bisnis dan pertanggungjawaban yang komprehensif. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(1), 244–254. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2370>
- Febrianawati, F., Puspitasari, N., & Hidayat, N. (2024). Mendorong kinerja UMKM kuliner Pontianak go digital: Peran literasi digital dan entrepreneur literacy. *Jurnal Manajemen dan Perbankan (JUMPA)*, 11(3), 47–58.
<https://doi.org/10.55963/jumpa.v11i3.690>
- Firdaus, R. (2025). Pertumbuhan bisnis di era digital dalam optimalisasi data untuk pengambilan keputusan yang lebih cerdas: The role of accounting information systems in driving business growth in the digital era in data optimization. 9253–9260.
- Fitriani, F. S., Harahap, R. D., & Nurlaila, N. (2023). Perkembangan UMKM di Indonesia: Peran pemahaman akuntansi, teknologi informasi dan sistem informasi akuntansi. *Owner*, 7(3), 2518–2527. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1427>
- Ghozali, I. (2021). *Partial least square: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.2.9 untuk penelitian empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, M., Hadady, H., & Arilaha, M. A. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan akses pembiayaan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Ternate: Peran digitalisasi keuangan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Mirai Management*, 10(1), 581–604.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Irhamuddin, I., Aryani, W. N., Umar, N. H., Sukaisih, S., & Sari, L. (2025). Strategi digital accounting untuk meningkatkan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 25(1), 17–26.
- Iskandar, Y., Suleman, D., Jaman, U. B., Yuwono, F. S. P., & Ananda, T. A. (2025). Implementasi e-commerce untuk peningkatan penjualan pada UMKM ibu rumah

- tangga di Kadudampit, Sukabumi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Abdi Putra*, 5(2), 144–149. <https://doi.org/10.52005/8dq8kk14>
- Juliantari, H. I., Nur'aini, N., Ariani, Z., Dewi, N. Y. S., Agustina, A., & Hidayanti, N. (2024). Analisis pengaruh e-commerce: Studi literatur terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM. *Seminar Nasional Paedagoria*, 4(1), 585–596.
- Kamanda, S. V., & Syariah, F. E. (2025). Pengaruh strategi digital marketing dan promosi penjualan terhadap volume penjualan UMKM di Lapangan SP Batu Aji Kota Batam. *Jurnal Al-Amal*, 3(1), 1–10.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025). *Pemerintah dorong UMKM naik kelas, tingkatkan kontribusi terhadap ekspor Indonesia*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Khusna, T., Fransiska, M., Karimah, N. A., & Arwani, A. (2025). Peran big data analytics dalam meningkatkan transparansi laporan keuangan syariah. *Jurnal Sahmiyya*, 4(1), 13–26.
- Larasati, A. S. (2025). Peran literasi digital dalam memoderasi pengaruh sistem informasi akuntansi persediaan terhadap efisiensi operasional minimarket. *Jurnal Nirta: Studi Inovasi*, 4(2), 1–19.
- Lestari, N. A., & Rustiana, S. H. (2019). Pengaruh persepsi owner dan pengetahuan akuntansi dalam penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah di Pamulang. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(2), 67–80. <https://doi.org/10.54268/baskara.v1i2.5934>
- Luckieta, M. (2025). Strategi pengelolaan keuangan dan dampaknya terhadap profitabilitas UMKM. *Jurnal Locus Penelitian dan Pengabdian*, 4(3), 1279–1289. <https://doi.org/10.58344/locus.v4i3.3932>
- Muhibbusaabry, A., Y. K., M., Rahma, D., Elsa, M. S., Firda, R. H., Muhammad, D. F., & Nurul, F. (2024). Melek digital: Membuka peluang baru bagi UMKM Desa Sei Balai melalui seminar pelatihan bisnis digital (e-commerce). *Journal of Human and Education*, 4(5), 540–546. <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>
- Naqiya, A. Z. (2025). Terhadap peningkatan penjualan di e-commerce: Studi kasus di UMKM Kota Kalianda Lampung Selatan. *Benefit: Journal of Business, Economics, and Finance*, 3.
- Neuman, W. L., Nardi, P. M., Berg, B. L., Jackson, W., Varberg, N., Robson, K., & Turner, L. A. (2011). *Research methods in communication disorders*. Pearson.
- Ningsih, L. F., & Fitriani, N. (2025). Dampak literasi keuangan dan sistem informasi akuntansi terhadap peningkatan kinerja keuangan UMKM di era digital. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(2), 330–347. <https://doi.org/10.23969/jp.v10i02.29017>
- Nurfani, N., Suhaety, Y., & Zakaria, I. (2025). Dampak penggunaan teknologi akuntansi berbasis digital terhadap efisiensi pengelolaan keuangan usaha mikro, kecil dan menengah. *Advances in Management & Financial Reporting*, 3(3), 649–663. <https://doi.org/10.60079/amfr.v3i3.583>
- Oktavianty, A., & Nur, N. (2024). Studi reflektif terhadap kapabilitas literasi digital. *Jurnal Ekuivalensi*.

- Purba, P. M., & Sumiok, C. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan digital payment terhadap kinerja UMKM Kota Tomohon. *Measurement Jurnal Akuntansi*, 19(1), 105–119. <https://doi.org/10.33373/mja.v19i1.8006>
- Rini Utari, & Harahap, J. P. R. (2024). Analisis sistem informasi akuntansi dalam meningkatkan efisiensi pelaporan keuangan Dinas Sosial Kabupaten Labuhanbatu Utara. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(4), 362–376. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i4.3353>
- Russell Neuman, W., Guggenheim, L., Jang, S. M., & Bae, S. Y. (2014). The dynamics of public attention: Agenda-setting theory meets big data. *Journal of Communication*, 64(2), 193–214. <https://doi.org/10.1111/jcom.12088>
- Saputri, S. R., & Arnilasari, M. (2025). Eksplorasi pemanfaatan aplikasi keuangan digital dalam penyusunan laporan keuangan oleh pelaku UMKM muda. *Journal of Islamic Economic Studies*, 1(1), 121–133.
- Sariningsih, E., Puspita, I. L., & Larasati, A. (2025). Pengaruh pemahaman akuntansi, e-commerce, budaya organisasi, dan kualitas laporan keuangan terhadap kinerja UMKM. *ECo-Fin*, 7(2), 1208–1219. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2674>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons Ltd. <https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079>
- Sendy Pratama, S., Yuniar, T., Hendrawan, W. P., & Noviyanti, I. (2024). Pengaruh strategi inovasi terhadap penggunaan teknologi informasi dalam industri UMKM. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(2), 50–60. <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i2.3046>
- Setiawan, H. A. (2024). Pengaruh literasi digital terhadap pemanfaatan e-commerce pada hasil pertanian. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(5), 1598–1607.
- Siti, S., Nabilah, L. N., Sulistiawati, S., & Komala, P. M. (2025). Pengaruh strategi pemasaran digital terhadap volume penjualan UMKM pada Toko Batik Fatahillah di era digital. *Almufi Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2(2).
- Sudibyoy, S. K. (2025). *Akuntansi manajemen digital*. Universitas Brawijaya. <https://www.feb.ub.ac.id>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Sukmantari, N. K. Y., & Julianto, I. P. (2022). Pengaruh penerapan sistem informasi akuntansi, kualitas sumber daya manusia, dan pemanfaatan e-commerce terhadap kinerja UMKM pengrajin batu padas. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13, 777–786. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JAP/article/view/37501>
- Wati, K. L., & Rahmah, W. (2025). Transformasi manajemen keuangan UMKM dalam era digital dan ketidakpastian ekonomi: Sebuah eksplorasi humanistik. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(3), 566–575.