



Pengaruh Penggunaan *Financial Technology* dan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan di UMKM Sidoarjo

Nikmatul Lailiyah^{1*}, Chairil Anwar²

^{1,2}Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia

E-mail: nikmatullailiyah234@gmail.com¹, chairilanwar.agn@unusida.ac.id²

Alamat: Rangkah Kidul, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo

*Korespondensi penulis: nikmatullailiyah234@gmail.com

Abstract. *The primary objective of this paper is to effect of the use of Financial Technology (FinTech) and Social Media on Increasing MSME Income in Sidoarjo. With the existence of Financial Technology, it will be easier to manage finances and make transactions, while Social Media has an important role in marketing and branding. A quantitative research approach was used for this investigation. Primary data was collected through questionnaires distributed to 30 participating MSMEs in Sidoarjo Regency. The data obtained will be analyzed using the SPSS 24 application to. Research results reveal that Financial Technology and Social Media simultaneously have a positive and significant effect on increasing MSME income, where FinTech can increase the efficiency of transactions and financial management and Social Media has a greater impact on increasing market reach, as evidenced by the t-count value of 32.585 > t table, which is 3.354 and sig. value of 0.000 < 0.05.*

Keywords: *Financial Technology, Income Increase, MSMEs, Social Media.*

Abstrak. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan Financial Technology (FinTech) dan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Sidoarjo . Dengan adanya Financial Technology, pengelolaan keuangan dan transaksi akan menjadi lebih mudah, sedangkan Media Sosial memiliki peran penting dalam pemasaran dan branding. Pendekatan penelitian kuantitatif digunakan untuk penelitian ini. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 30 UMKM partisipan di Kabupaten Sidoarjo . Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS 24 untuk mengetahui pengaruh Financial Technology (FinTech) dan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM secara simultan, dimana FinTech dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan pengelolaan keuangan serta Media Sosial memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap peningkatan jangkauan pasar, terbukti dari nilai t hitung sebesar 32,585 > t tabel yaitu 3,354 dan nilai sig. sebesar 0,000 < 0,05.

Kata Kunci: Media Sosial, Peningkatan Pendapatan, Teknologi Finansial, UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Dalam dunia yang semakin mengglobal saat ini, dunia bisnis penuh dengan tantangan yang kompleks. Salah satu komponen utama dalam struktur ekonomi suatu negara adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan indeks inflasi nasional. Namun, salah satu kendala utama yang dialami oleh UMKM adalah kurangnya akses terhadap fasilitas keuangan yang efektif dan efisien.

Di Jawa Timur, khususnya di Kabupaten Sidoarjo, UMKM telah menunjukkan potensi yang sangat besar dalam berkembang. Meskipun demikian, masih banyak UMKM yang menghadapi kesulitan dalam mengelola keuangannya karena rendahnya tingkat literasi keuangan (Ni'mah, 2024).

Terkait hal tersebut, teknologi finansial (Financial Technology atau FinTech) telah menjadi sebuah revolusi dalam industri keuangan. FinTech tidak hanya memudahkan transaksi dan akses pinjaman, tetapi juga meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan (Ni'mah , 2024). Selain itu, media sosial juga telah dimanfaatkan oleh UMKM untuk meningkatkan visibilitas produk dan meningkatkan interaksi langsung dengan pelanggan (Wahyuni et al., 2024).

Perkembangan teknologi yang ada dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk mendaftarkan usahanya pada e-commerce yang didukung oleh teknologi finansial pembayaran atau menjalankan promosi melalui media sosial Facebook dan Instagram. Secara khusus, hal ini secara tidak langsung menyebabkan peningkatan pangsa pasar dan penurunan biaya belanja promosi yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan (Agnesia & Saputra , 2022).

Transaksi digital dapat meningkatkan efisiensi, pelayanan, efektivitas, fleksibilitas, dan keamanan bagi masyarakat (Ramadhany , 2020) dan di kalangan pengusaha milenial dan Generasi Z akan mendorong terciptanya kegiatan ekonomi baru, inovasi, dan penemuan (Nursansiwati dan Armiani 2022).

UMKM memiliki peluang baru untuk melakukan transaksi keuangan yang lebih praktis dan efisien dari adopsi FinTech. Aplikasi pembayaran digital seperti GoPay, OVO, dan Dana telah banyak digunakan oleh para pelaku usaha kecil di sektor fesyen misalnya, untuk transaksi sehari-hari mereka (Ni'mah, 2024). Selain itu, media sosial juga berperan penting dalam meningkatkan visibilitas produk UMKM. Platform seperti Facebook, Instagram, Shopee, dan Tokopedia telah banyak digunakan oleh UMKM untuk mempromosikan produk dan merekrut pelanggan. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM (Wahyuni et al., 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penggunaan FinTech dan Media Sosial dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan UMKM di Sidoarjo . Melalui analisis ini, kita dapat lebih memahami tentang strategi yang efektif dalam meningkatkan kinerja UMKM dan berpotensi menjadi contoh bagi UMKM di daerah lain.

2. KAJIAN TEORITIS

Financial Technology

Financial Technology merupakan salah satu bentuk inovasi di sektor jasa keuangan yang memudahkan akses layanan keuangan, sehingga transaksi dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien (Hijir, 2022). FinTech mencakup berbagai solusi digital yang memudahkan

transaksi keuangan, seperti pembayaran elektronik, layanan pinjaman online, investasi digital, dan asuransi berbasis teknologi. Tujuan utama FinTech adalah untuk meningkatkan efisiensi, menekan biaya, dan memudahkan akses layanan keuangan. Pesatnya pertumbuhan financial technology mengakibatkan munculnya berbagai layanan dan produk keuangan baru, antara lain layanan pengelolaan keuangan, transaksi online, dan pinjaman online (Humaira & Ferayanti, 2022). Beberapa penelitian terdahulu, yaitu Fitroh (2021) dan (Hafizah 2022) menunjukkan bahwa Financial Technology memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Sementara itu (Agnesia & Saputra, 2022) menunjukkan bahwa Financial Technology tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Media sosial

Media sosial merupakan sebuah platform digital yang menyediakan layanan bagi para penggunanya untuk berbagi informasi, membangun jaringan sosial, dan berinteraksi dengan orang lain di seluruh dunia. Seiring dengan perkembangan teknologi, media sosial dapat dijadikan sebagai salah satu sarana pemasaran yang efektif bagi para pelaku usaha (UMKM) untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat luas guna meningkatkan pendapatan. Penelitian terdahulu oleh (Agnesia & Saputra, 2022) dan (Rahmanda & Amanah, 2021) menunjukkan bahwa Media Sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Sementara itu, menurut penelitian (Rusdi et al., 2023) menunjukkan bahwa Media Sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Meningkatkan Pendapatan UMKM

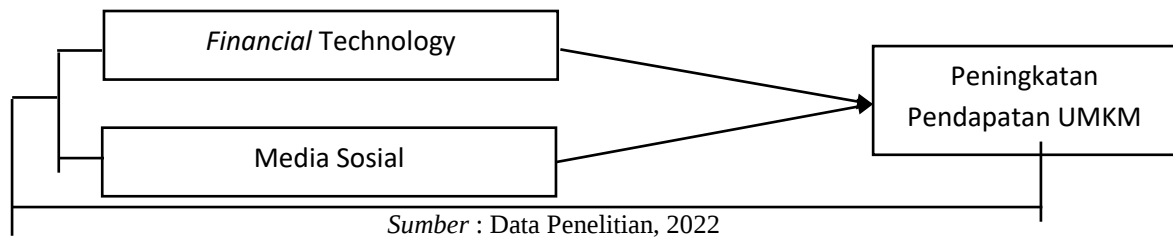
Pendapatan merupakan nilai atau jumlah uang yang diperoleh seseorang, organisasi, atau perusahaan melalui berbagai kegiatan ekonomi seperti investasi, usaha, dan pekerjaan (Berlilana 2020). Peningkatan pendapatan mengacu pada inisiatif strategis atau perubahan operasional UMKM yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan bagi pemangku kepentingan UMKM (Nindhya, 2024).

Financial Tecnology dan Media Sosial dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM

Menurut Delis & Lestari (2024) Fintech dan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan fintech membantu UMKM dalam pengelolaan keuangan yang lebih efisien, meningkatkan akses permodalan, dan memperluas jangkauan pasar (Wahyuni et al, 2024). Media sosial juga

memegang peranan penting dalam pemasaran dan berinteraksi dengan pelanggan. Penelitian terdahulu oleh (Wahyuni et al, 2024) dan (Agnesia & Saputra , 2022) menunjukkan bahwa Financial Technology dan Media Sosial secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM.

Berdasarkan uraian di atas, maka dilakukanlah penelitian dengan judul “Pengaruh Financial Technology dan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Sidoarjo ”. Kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Berdasarkan Kerangka Penelitian, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- 1) H1: Pemanfaatan Teknologi Finansial secara parsial mempunyai pengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM;
- 2) H2: Pemanfaatan Media Sosial secara parsial mempunyai pengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM;
- 3) H3: Pemanfaatan Teknologi Finansial dan Media Sosial secara simultan mempunyai pengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan pengujian hipotesis untuk membuktikan pengaruh FinTech dan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode probability sampling dengan dimana populasi dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Data yang dikumpulkan adalah data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dari responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *Google Forms* (Desiana, 2024) yang dibagikan kepada 30 sample sebagai responden. Respons survei berbentuk skala likert 1 sampai 5. Data yang telah diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda dan dianalisa menggunakan SPSS 24.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Pengujian Instrumen

1) Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Hasil
<i>Financial Technology</i> (X ₁)	X _{1.1}	0.839	0.361	Valid
	X _{1.2}	0.865	0.361	Valid
	X _{1.3}	0.794	0.361	Valid
Media Sosial (X ₂)	X _{2.1}	0.710	0.361	Valid
	X _{2.2}	0.615	0.361	Valid
	X _{2.3}	0.597	0.361	Valid
	X _{2.4}	0.368	0.361	Valid
	X _{2.5}	0.478	0.361	Valid
Peningkatan Pendapatan UMKM (Y)	Y1	0.428	0.361	Valid
	Y2	0.545	0.361	Valid
	Y3	0.508	0.361	Valid
	Y4	0.683	0.361	Valid
	Y5	0.695	0.361	Valid
	Y6	0.590	0.361	Valid
	Y7	0.644	0.361	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas untuk seluruh item pernyataan diatas memiliki nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (0,361) sehingga dapat dikatakan valid dan dapat dilakukan untuk pengujian instrumen penelitian.

2) Uji Reabilitas

Tabel 2. Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Hasil
1	<i>Financial Technology</i> (X ₁)	0.777	0.6	Reliabel
2	Media Sosial (X ₂)	0.705	0.6	Reliabel
3	Peningkatan Pendapatan UMKM (Y)	0.684	0.6	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil uji reliabilitas tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel dependen dan independen telah lolos uji reliabilitas karena memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-1.302	4.605		-.283	.780		
	Financial Technology	.379	.163	.293	2.327	.028	.684	1.463
	Media Sosial	1.172	.231	.640	5.083	.000	.684	1.463

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan UMKM

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan perhitungan tabel diatas dari program SPSS, persamaan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = -1.302 + 0.379 X_1 + 1.172 X_2$$

Koefisien regresi untuk dari variabel diatas dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (a), sebesar -1.302 bernilai negatif, memiliki arti bahwa apabila Financial Technology dan Media Sosial sama dengan 0, maka pendapatan UMKM akan semakin menurun.
- 2) Koefisien regresi X_1 (β_1), sebesar 0.379, memiliki arti bahwa variabel Teknologi Finansial berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel Teknologi Finansial maka akan mengalami kenaikan pendapatan UMKM sebesar 0.379.
- 3) Koefisien regresi X_2 (β_2), sebesar 1.172, memiliki arti variabel Media Sosial berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel Media Sosial maka akan mengalami kenaikan pendapatan UMKM sebesar 1.172.

Pengujian Hipotesis

1) Uji t (Uji Parsial)

Tabel 4. Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.302	4.605		-.283	.780		
	Financial Technology	.379	.163	.293	2.327	.028	.684	1.463
	Media Sosial	1.172	.231	.640	5.083	.000	.684	1.463

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan UMKM

Sumber: Data diolah, 2024

- Hasil uji t menunjukkan bahwa Financial Technology memiliki nilai t hitung $2.327 > t$ tabel 2.048 dan nilai sig. $0.028 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Financial Technology terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM.
- Hasil uji t menunjukkan bahwa Media Sosial memiliki nilai t hitung $5.083 > t$ tabel 2.048 dan memiliki nilai sig. sebesar $0.000 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM.

2) Uji F (Uji Simultan)

Tabel 5. Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	117.278	2	58.639	32.585	.000 ^b
	Residual	48.588	27	1.800		
	Total	165.867	29			

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan UMKM
b. Predictors: (Constant), Media Sosial, Financial Technology

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F hitung $32.585 > t$ tabel 3.354 dan nilai sig. sebesar $0.000 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Financial Technology dan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM.

3) Koefisien Determinasi

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.841 ^a	.707	.685	1.34148	2.071

a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Financial Technology

b. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan UMKM

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan nilai R square (R²) sebesar 0.707 yang berarti 70,7%. Maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel Financial Technology (X1) dan Media Sosial (X2) berpengaruh terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM (Y) sebesar 70,7% sedangkan sisanya sebesar 29,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model regresi ini.

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 3-22 Februari 2025 di Kabupaten Sidoarjo tepatnya pada UMKM yang ada di Sidoarjo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Financial Technology dan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Berdasarkan tujuan penelitian di atas, pembahasan disajikan dalam bentuk berikut:

Pengaruh Financial Tecnology terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM

UMKM memiliki peluang baru untuk melakukan transaksi keuangan yang lebih praktis dan efisien dari adopsi FinTech. FinTech tidak hanya memudahkan transaksi dan akses pinjaman tetapi juga meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan (Ni'mah, 2024). Penggunaan Financial Technology akan meningkatkan pendapatan UMKM karena semakin banyak nasabah yang menggunakan FinTech dalam transaksi pembayaran dibandingkan dengan menggunakan uang tunai akan meningkatkan pendapatan UMKM (Ajuna et al., 2023).

Setelah melakukan pengujian diatas, maka hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan hasil signifikan pada variabel Teknologi Finansial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. Diketahui nilai t hitung Teknologi Finansial sebesar $2.327 > t \text{ tabel } 2.048$ dan sig. sebesar $0.028 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Teknologi Finansial berpengaruh positif terhadap

Peningkatan Pendapatan UMKM di Sidoarjo . Semakin besar pemanfaatan Teknologi Finansial dalam menjalankan usaha maka pendapatan akan semakin meningkat.

Pengaruh Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM

Media sosial telah dimanfaatkan oleh UMKM untuk meningkatkan visibilitas produk dan meningkatkan interaksi langsung dengan pelanggan (Wahyuni et al., 2024). Platform seperti Facebook, Instagram, Shopee, dan Tokopedia telah banyak digunakan oleh UMKM untuk mempromosikan produk dan merekrut pelanggan. Semakin tinggi penggunaan Media Sosial, semakin tinggi pula pendapatan UMKM, karena banyak pelanggan yang melakukan transaksi menggunakan Media Sosial.

Setelah melakukan pengujian diatas, maka hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan hasil signifikan pada variabel Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. Diketahui nilai t hitung Media Sosial sebesar $5.083 > t$ tabel yaitu sebesar 2.048 dan sig. sebesar $0.000 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Media Sosial berpengaruh positif terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Sidoarjo . Semakin besar pemanfaatan Media Sosial dalam menjalankan usaha maka Pendapatan akan semakin meningkat.

Pengaruh Financial Technology dan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM

Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan fintech membantu UMKM dalam pengelolaan keuangan yang lebih efisien, meningkatkan akses permodalan, dan memperluas jangkauan pasar (Wahyuni et al, 2024). Media sosial juga berperan penting dalam pemasaran dan berinteraksi dengan pelanggan.

Hasil uji hipotesis (Uji F) menunjukkan hasil signifikan pada variabel Teknologi Finansial dan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. Diketahui nilai t hitung Financial Technology dan Media Sosial $32.585 > t$ tabel 3.354 dan nilai sig. $0.000 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Teknologi Finansial dan Media Sosial berpengaruh secara simultan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Sidoarjo .

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa implementasi Financial Technology dan Media Sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Sidoarjo sebesar 70,7% sedangkan sisanya sebesar 29,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak

terdapat dalam model regresi ini. Financial Technology dapat digunakan untuk membuat transaksi keuangan menjadi lebih praktis dan efisien. Sedangkan Media Sosial dapat digunakan untuk mempromosikan produk dan merekrut pelanggan serta dapat meningkatkan visibilitas produk dan meningkatkan interaksi langsung dengan pelanggan (Wahyuni dkk., 2024). Disarankan kepada pelaku UMKM agar meningkatkan pengetahuan mengenai edukasi UMKM dengan menerapkan inovasi dan pemasaran produk dengan tujuan agar usahanya berkembang lebih baik.

Dalam penelitian ini masih terbatas variabel dependent yang diteliti yaitu hanya terkait Fintech dan Media Sosial serta populasi yang diteliti hanya sebagian UMKM yang ada di sekitar Sidoarjo, sehingga penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar variabel yang digunakan lebih bervariasi serta cakupan populasi yang digunakan lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo dan kepada Bapak Chairil Anwar, S.P., M.Ak selaku dosen pembimbing *Coaching* Artikel Publish Nasional atas bimbingannya yang bermanfaat. Saya selaku peneliti mengucapkan banyak terimakasih dan mohon maaf kepada semuanya.

DAFTAR REFERENSI

- Agnesia, V., & Saputra, A. J. (2022). Pengaruh penggunaan e-commerce, financial technology dan media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kota Dumai. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(3), 750.
- Berlilana, B., Utami, R., & Baihaqi, W. M. (2020). Pengaruh teknologi informasi revolusi industri 4.0 terhadap perkembangan UMKM sektor industri pengolahan. *Matrix: Jurnal Manajemen Teknologi dan Informatika*.
- Delis, D., & Lestari, E. (2024). Pengaruh penggunaan financial technology dan media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Batam. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 432–447.
- Desiana, D., Bintari, V. I., & Nanda, U. L. (2024). E-commerce, financial technology, media sosial dan pengaruhnya terhadap pendapatan UMKM Kota Tasikmalaya. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 8(3), 2139–2149.
- Fitroh. (2021). Pengaruh e-commerce dan fintech terhadap pendapatan UMKM. (Tidak dipublikasikan).
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hijir, P. S. (2022). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan dengan financial technology (fintech) sebagai variabel intervening pada UKM di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 11(1), 147–156.
- Humaira, A., & Ferayanti, F. (2022). Hubungan financial technology terhadap perkembangan UMKM di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Pembangunan*, 7(3), 164–173.
- Lestari, A. (2022). Pengaruh audit tenure, fee audit, dan ukuran KAP (Kantor Akuntan Publik) terhadap independensi auditor (Studi empiris pada auditor yang bekerja di kantor akuntan publik wilayah Jakarta Timur). [Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta].
- Mardiani, M. S., dkk. (2021). Analisis faktor-faktor penyebab keterlambatan pada proyek pembangunan gedung asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 2581–2866.
- Ni'mah, N. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan financial technology (fintech) terhadap inklusi keuangan dengan modal sosial sebagai mediator pada UMKM fashion di Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo. (Tidak dipublikasikan).
- Nindhya, W. A. (2024). Pengaruh literasi keuangan, financial technology, dan digital marketing terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Surabaya. [Skripsi, UPN Veteran Jawa Timur].
- Nurjanah, Y., & Dewi, K. (2023). Pengaruh financial technology terhadap pendapatan UKM di Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 11(1), 147–156.
- Nursansiwati, D. A., & Armiani, A. (2022). Peran strategi bisnis fintech payment gateway dalam meningkatkan kinerja UMKM di NTB. *Owner*, 7(1), 367–378.
- Prambudi, J., & Imantoro, J. (2021). Pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap keputusan pembelian produk pada UKM Maleo Lampung Timur. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(3).
- Pratama, G. L., & Mangantar, M. (2022). Pengaruh struktur modal, likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017–2020. *Jurnal EMBA*, 10(2), 337–345.
- Rahmanda, E., & Amanah, L. (2021). Pengaruh modal pribadi, harga, dan sosial media terhadap pendapatan UMKM. *JIRA: Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 10(10), 1–17.
- Ramadhany, B. R. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran terhadap produk Nurayya Sampo Dandruff tanpa kandungan SLS. *E-Jurnal*, 9, 51–59.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni, S., Armiani, A., Setiawati, E., & Pirdaus, I. (2024). Pengaruh financial technology, media sosial, e-commerce, dan Google My Business terhadap peningkatan pendapatan UMKM. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 2(4), 731–745.

Yussyairoh, P. (2022). Pengaruh etika, independensi dan kompetensi terhadap skeptisme profesional auditor (Studi empiris pada kantor akuntan publik daerah Kota Administrasi Jakarta Selatan). [Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta].