

The Effect Of The Use Of Financial Technology And Social Media On Financial Performance Of UMKM Kuliner In Kecamatan Seberang Ulu 2 Palembang

Pengaruh Penggunaan Financial Technology dan Media Sosial terhadap Kinerja Keuangan pada UMKM Kuliner di Kecamatan Seberang Ulu 2 Kota Palembang

Siti Awalani Cahyani ¹⁾; Alwi ²⁾

¹⁾ Universitas Anak Bangsa

²⁾ STIKES Dona Palembang

Email: ¹⁾ sitiawalanicahyani@gmail.com, ²⁾ alwi.palembang@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [20 April 2026]

Revised [30 Mei 2026]

Accepted [31 Mei 2026]

KEYWORDS

Financial Technology, Sosial Media, Financial Performance, SMEs, Digitalization.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan Financial Technology (Fintech) dan Media Sosial terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kuliner di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Perkembangan teknologi digital yang pesat mendorong pelaku usaha kecil untuk beradaptasi agar tetap kompetitif, terutama melalui sistem pembayaran digital dan platform promosi online. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penggunaan fintech dan media sosial berpengaruh secara signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM kuliner di Kecamatan Seberang Ulu 2, dengan jumlah sampel sebanyak 91 responden yang dipilih berdasarkan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda, didukung oleh uji korelasi Pearson dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan fintech dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa 22,9% variasi dalam kinerja keuangan dapat dijelaskan oleh dua variabel independen tersebut. Dapat disimpulkan bahwa transformasi digital melalui penggunaan fintech dan media sosial merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM kuliner di era digital.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Financial Technology (Fintech) and Social Media on the Financial Performance of Culinary MSMEs in Seberang Ulu II District, Palembang City. The rapid development of digital technology encourages small business actors to adapt in order to remain competitive, especially through digital payment systems and online promotion platforms. The objective of this study is to determine whether the use of fintech and social media has a significant effect, both partially and simultaneously, on the financial performance of culinary MSMEs. This research uses a quantitative approach with a survey method. The population consists of culinary MSMEs in Seberang Ulu 2, with a total sample of 91 respondents, selected using the Slovin formula. The data collection technique is through questionnaires, and the data analysis technique used is multiple linear regression, supported by the Pearson correlation test and the coefficient of determination (R^2). The results of the study show that both fintech and social media have a positive and significant effect on the financial performance of MSMEs, both partially and simultaneously. The coefficient of determination indicates that 22.9% of the variation in financial performance can be explained by the two independent variables. It can be concluded that digital transformation through fintech and social media is an effective strategy to improve the financial performance of culinary MSMEs in the digital era.

PENDAHULUAN

Di tengah derasnya arus digitalisasi, teknologi telah memainkan peran penting dalam transformasi berbagai aspek kehidupan manusia tidak terkecuali dalam dunia usaha. Pemanfaatan teknologi ini bukan lagi sekadar alat bantu, melainkan menjadi elemen strategis dalam mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan us

aha (Puspitawati & Lestari 2021). Dalam konteks ini dua inovasi teknologi yang paling berpengaruh terhadap sektor usaha kecil adalah financial technology (fintech) dan media sosial. Keduanya telah membuka akses baru dalam pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran yang sebelumnya sulit dijangkau oleh pelaku usaha berskala kecil dan mikro (Rahayu & Saputra 2022).

UMKM (Usaha Mikro, kecil dan Mikro) di Indonesia memiliki peran pen- ting, untuk menjadi tulang punggung Perekonomian Nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM menyumbang lebih dari 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap hingga 97% dari total tenaga kerja. Namun di sisi lain, masih banyak UMKM yang menghadapi berbagai tantangan

mendasar, seperti keterbatasan modal, akses pasar yang sempit, kurangnya kemampuan manajerial, serta rendahnya literasi digital dan keuangan (Tambunan 2019). Hal ini menyebabkan kinerja keuangan UMKM belum optimal, bahkan banyak yang tidak mampu bertahan dalam jangka panjang.

Seiring dengan tantangan tersebut, munculnya teknologi fintech menjadi salah satu solusi digital yang membuka peluang bagi UMKM untuk meningkatkan akses ke layanan keuangan. Menurut Bank Indonesia (2023), fintech hadir dengan berbagai layanan seperti pembayaran digital, pinjaman online, dan pencatatan transaksi. Platform seperti OVO, DANA, ShopeePay, dan GoPay telah mempermudah pelaku usaha dalam melakukan transaksi nontunai yang aman, cepat, dan efisien. Kemudahan ini tidak hanya mempercepat arus kas tetapi juga mendukung pencatatan keuangan yang lebih rapi dan terstruktur.

Selain fintech, media sosial telah menjadi alat pemasaran yang sangat efektif bagi pelaku UMKM di era digital. Berdasarkan laporan We Are Social dan Hootsuite (2023), sekitar 60% UMKM di Indonesia telah menggunakan media sosial untuk kegiatan promosi dan interaksi pelanggan. Platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen lebih luas, membangun hubungan secara langsung dengan pelanggan, serta memperkuat brand awareness. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran digital yang tepat sasaran mampu memengaruhi keputusan pembelian dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Transformasi digital juga mulai terlihat nyata di berbagai daerah, termasuk Kota Palembang sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Selatan. Salah satu wilayah yang mencerminkan perkembangan tersebut adalah Kecamatan Seberang Ulu 2. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Kota

Palembang, jumlah UMKM di kecamatan ini menurun dari 5.285 unit pada tahun 2022 menjadi 3.462 unit pada tahun 2023. Meskipun jumlahnya berkurang, secara struktural terjadi peningkatan signifikan pada kategori usaha kecil dan menengah, yang menandakan adanya peningkatan kapasitas usaha dan kualitas bisnis.

Berdasarkan dari table diatas, menunjukkan bahwa meskipun secara kuantitatif jumlah UMKM mengalami penurunan, secara struktural justru terjadi pergeseran yang signifikan. Usaha mikro yang sebelumnya mendominasi dengan 99,6% mengalami penurunan drastis menjadi hanya 26,7%, sementara usaha kecil dan menengah mengalami peningkatan

signifikan masing-masing menjadi 60,5% dan 12,8%. Pergeseran ini mengindikasikan bahwa sebagian pelaku usaha mikro telah berkembang ke skala yang lebih tinggi, baik dalam kapasitas produksi, manajemen, maupun jangkauan pasar.

Peningkatan ini sangat mungkin dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi pelaku usaha terhadap teknologi digital (Susanti & Widodo 2023). Sebagian besar pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Seberang Ulu 2 telah aktif menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business untuk menerima pesanan, berpromosi, hingga membangun hubungan dengan pelanggan. Di sisi lain, penggunaan fintech juga turut mempercepat proses pembayaran, mempermudah pencatatan transaksi, dan meningkatkan kelancaran arus kas (Menurut Bank Indonesia 2023).

Hal ini memperkuat pandangan bahwa pemanfaatan teknologi digital, terutama fintech dan media sosial, menjadi faktor penting dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan daya saing usaha kecil. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian yang mengkaji secara empiris sejauh mana pengaruh penggunaan fintech dan media sosial terhadap kinerja keuangan UMKM, terutama dalam aspek omzet, efisiensi biaya, dan kelancaran arus kas (Rahayu & Saputra (2022).

LANDASAN TEORI

Financial Technology atau fintech merupakan perpaduan antara teknologi dan sistem keuangan yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, kenyamanan, serta aksesibilitas layanan keuangan bagi masyarakat luas, termasuk pelaku usaha kecil dan menengah. Fintech telah mengubah cara orang melakukan transaksi, menabung, meminjam uang, hingga mengelola bisnisnya secara digital dan real-time. Menurut Gomber et al. (2018), fintech mencakup beragam layanan berbasis teknologi seperti sistem pembayaran digital, pinjaman peer-to-peer, pengelolaan keuangan pribadi, investasi daring, serta teknologi perbankan berbasis aplikasi. Fintech bertujuan untuk menyederhanakan dan mendemokratisasi akses keuangan yang sebelumnya hanya tersedia melalui institusi perbankan konvensional. Di Indonesia itu sendiri, fintech berkembang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut laporan Bank Indonesia (2023), transaksi ekonomi digital melalui platform fintech mengalami pertumbuhan tahunan lebih dari 20%, yang sebagian besar didorong oleh adopsi dari pelaku UMKM. Layanan seperti OVO, DANA, GoPay, ShopeePay, serta platform pembayaran QRIS telah menjadi alat transaksi harian di sektor informal dan UMKM kuliner.

Penelitian Susanti dan Widodo (2023) menunjukkan bahwa penggunaan fintech secara signifikan meningkatkan efisiensi operasional UMKM kuliner di kota-kota besar, termasuk Palembang. Fintech mempermudah pelaku UMKM dalam mencatat pendapatan, melakukan pembukuan secara otomatis, serta menyediakan data keuangan yang dapat digunakan untuk evaluasi usaha. Selain itu, menurut Pratama dan Hidayat (2023), fintech membantu memperluas akses keuangan formal bagi UMKM yang sebelumnya tidak memiliki riwayat kredit. Dengan catatan transaksi digital yang konsisten, UMKM menjadi lebih layak untuk mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan atau platform P2P lending berbasis aplikasi. Norlela (2022) juga menyatakan bahwa kehadiran fintech memberi keuntungan berupa transparansi transaksi, efisiensi biaya operasional, serta memudahkan analisis arus kas secara digital. Hal ini sangat membantu UMKM dalam mengambil keputusan bisnis berbasis data yang lebih akurat. Lebih lanjut, menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023), pertumbuhan industri fintech di Indonesia merupakan bagian dari strategi keuangan inklusif nasional. Fintech dianggap sebagai solusi untuk menjangkau masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki akses terhadap layanan keuangan formal (unbanked population), termasuk pelaku UMKM yang mendominasi struktur ekonomi lokal.

Kinerja keuangan merupakan indikator utama dalam menilai keberhasilan suatu usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kinerja keuangan UMKM menunjukkan seberapa baik pelaku usaha dalam mengelola sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan bisnisnya, seperti meningkatkan profitabilitas, efisiensi, dan keberlanjutan usaha. Menurut Harahap (2021), kinerja keuangan adalah gambaran kondisi keuangan suatu entitas dalam suatu periode tertentu yang dapat dianalisis melalui alat analisis keuangan, baik untuk mengetahui kondisi keuangan masa lalu maupun masa depan. Dalam konteks UMKM, kinerja keuangan biasanya dilihat dari aspek pendapatan, laba bersih, arus kas, dan efisiensi operasional. Susanti dan Widodo (2023) menyatakan bahwa kinerja keuangan UMKM dapat diukur melalui indikator sederhana seperti peningkatan omzet penjualan, pertumbuhan laba, ketepatan pencatatan keuangan, serta efisiensi pengeluaran usaha. Hal ini relevan mengingat tidak semua UMKM memiliki laporan keuangan formal seperti perusahaan besar. Menurut Bank Indonesia (2023), salah satu tantangan utama UMKM di Indonesia adalah lemahnya pencatatan dan pelaporan keuangan, sehingga banyak pelaku usaha yang tidak dapat mengukur perkembangan usaha mereka secara akurat. Oleh karena itu, digitalisasi melalui fintech dan media sosial diyakini mampu membantu UMKM dalam mencatat transaksi, menganalisis perform dan merencanakan keuangan secara lebih baik. Penelitian oleh Norlela (2022) menunjukkan bahwa UMKM yang memanfaatkan aplikasi keuangan digital dan platform sosial secara terintegrasi menunjukkan peningkatan kinerja yang signifikan, terutama dalam hal pengelolaan kas dan perencanaan pengeluaran. Mereka juga lebih cepat beradaptasi dengan dinamika pasar dan memiliki daya saing lebih tinggi.

UMKM di sektor kuliner merupakan salah satu penggerak ekonomi lokal di Kecamatan Seberang Ulu 2. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang (2023) lebih dari 1.000 pelaku usaha kuliner aktif di wilayah ini. Sebagian besar bergerak di bidang makanan siap saji, minuman kekinian, dan produk olahan lokal. Namun demikian, banyak dari mereka masih menghadapi tantangan dalam hal pencatatan keuangan, pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital. Di sinilah fintech dan media sosial menjadi solusi strategis yang dapat meningkatkan efisiensi, transparansi, serta jangkauan pasar.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka dan dapat diukur serta dianalisis secara statistik. Data ini dikumpulkan dengan tujuan untuk menguji pengaruh penggunaan financial technology (fintech) dan media sosial terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner di Kecamatan Seberang Ulu 2 Kota Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang kuliner yang berada di wilayah Kecamatan Seberang Ulu 2 Kota Palembang. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang tahun 2023, terdapat sekitar 1.000 unit UMKM kuliner aktif di kecamatan tersebut.

UMKM kuliner dipilih sebagai fokus karena sektor ini merupakan salah satu sektor dominan dalam perekonomian lokal, dengan pertumbuhan yang cukup pesat dan partisipasi tinggi dalam penggunaan teknologi digital seperti aplikasi pembayaran dan media sosial. Selain itu juga, sektor kuliner juga sangat bergantung pada efisiensi transaksi dan promosi, sehingga relevan untuk dianalisis dalam konteks penggunaan financial technology (fintech) dan media sosial.

Populasi ini mencakup usaha makanan dan minuman seperti warung makan, kedai kopi, katering rumahan, minuman kekinian, gerai jajanan kaki lima, dan bisnis kuliner online yang menggunakan platform digital dalam menjalankan usahanya. Karena jumlah populasi yang cukup besar dan tidak memungkinkan untuk dilakukan sensus, maka peneliti menggunakan teknik sampling. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin, yaitu rumus yang umum digunakan untuk menentukan jumlah

sampel dari populasi tertentu dengan tingkat kesalahan (margin of error) yang telah ditentukan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 91 responden. Jumlah tersebut dianggap cukup representatif untuk menggambarkan karakteristik populasi dan memungkinkan peneliti melakukan analisis statistik yang valid untuk menguji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Financial Technology terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diketahui bahwa variabel Financial Technology memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,278 dengan nilai signifikansi sebesar 0,016. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Artinya, penggunaan financial technology berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan layanan keuangan digital seperti dompet digital, pembayaran QRIS, maupun aplikasi pembukuan digital oleh pelaku UMKM, maka semakin baik pula kondisi keuangan usahanya. Hal ini sejalan dengan pendapat Ramadhani dan Nugroho (2022), yang menyatakan bahwa adopsi teknologi keuangan dapat membantu pelaku usaha dalam mempercepat transaksi, mengurangi biaya, dan meningkatkan pencatatan keuangan secara efisien.

Pengaruh Media Sosial terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel Media Sosial memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,424 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_2) diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner di Kecamatan Seberang Ulu 2 Kota Palembang.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin aktif dan optimal penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business dalam mempromosikan produk dan berinteraksi dengan pelanggan, maka semakin besar pula potensi peningkatan pendapatan dan profitabilitas UMKM. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Wahyuni & Sari (2023) yang menyatakan bahwa media sosial berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja keuangan.

Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial secara strategis menjadi salah satu upaya penting bagi UMKM untuk bersaing dan tumbuh di tengah tantangan digitalisasi dan perubahan perilaku konsumen.

Pengaruh Simultan Fintech dan Media Sosial terhadap Kinerja Keuangan

Uji simultan (uji F) yang dilakukan dalam penelitian ini menghasilkan nilai F hitung = 13,043 dengan signifikansi 0,000, yang berarti bahwa secara bersama-sama Financial Technology dan Media Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM.

Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,229 menunjukkan bahwa 22,9% variasi dari kinerja keuangan UMKM dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen tersebut. Sementara sisanya sebesar 77,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti harga bahan baku, kualitas produk, manajemen operasional, layanan pelanggan, atau kondisi ekonomi lokal.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Putri dan Wahyuni (2022) yang menyatakan bahwa integrasi teknologi digital seperti fintech dan media sosial mampu meningkatkan performa usaha secara berkelanjutan. Alamsyah (2021) juga menyebutkan bahwa kombinasi antara sistem pembayaran digital dan digital marketing sangat mendukung kelangsungan bisnis UMKM di masa pascapandemi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengaruh Financial Technology terhadap Kinerja Keuangan UMKM Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa penggunaan Financial Technology berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,016 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,278. Artinya, semakin tinggi tingkat penggunaan layanan keuangan digital seperti e-wallet.

Penggunaan media sosial juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi sebesar 0,001, yang berada di bawah ambang batas 0,05 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,424. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin aktif UMKM dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan

WhatsApp Business untuk promosi, maka semakin besar pula peluang mereka dalam menjangkau konsumen, meningkatkan penjualan, dan memperkuat brand awareness.

Pengaruh Simultan Financial Technology dan Media Sosial terhadap Kinerja Keuangan UMKM berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM kuliner. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 13,043 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,229 menunjukkan bahwa 22,9% variasi dalam kinerja keuangan dapat dijelaskan oleh penggunaan fintech dan media sosial. Sedangkan 77,1% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti faktor manajemen, strategi harga, kualitas produk, pelayanan pelanggan, lokasi usaha, dan kondisi ekonomi makro. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pengaruh fintech dan media sosial signifikan, masih terdapat ruang besar untuk faktor lain yang memengaruhi keberhasilan finansial UMKM.

Saran

Saran disusun berdasarkan temuan penelitian yang telah dibahas. Saran dapat mengacu pada tindakan praktis, pengembangan teori baru, dan/atau penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2023). Kajian Dampak Fintech terhadap UMKM. Jakarta Departemen Pengembangan UMKM dan Keuangan Inklusif.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.). Los Angeles SAGE Publications.
- Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang. (2022). Data UMKM Kecamatan Seberang Ulu 2. Palembang.
- Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang. (2023). Laporan Tahunan UMKM Kuliner Palembang.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.
- Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gomber, P., Koch, J. A., & Siering, M. (2018). On the Fintech Revolution: Interpreting the Forces of Innovation, Disruption, and Transformation. *Journal of Management Information Systems*, 35(1), 220–265
- Harahap, S. S. (2021). Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. Jakarta: Rajawali Pers.
- Harahap, S. (2020). Pengaruh Media Sosial dan Fintech terhadap Keberlangsungan UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 15(2), 89–98.
- Hidayat, R. (2023). Peran Media Sosial dalam Perluasan Pasar UMKM di Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Teknologi Digital*, 5(1), 45–53.
- Huta Galung, A. (2022). Implementasi Fintech dalam Pengembangan UMKM di Sumatera Selatan. *Jurnal Manajemen Inovatif*, 10(1), 33–42.
- Indrajit, R. E. (2022). Transformasi Digital dalam Ekonomi Kreatif. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Norlela. (2022). Transformasi Digital UMKM di Masa Pandemi. *Jurnal UMKM dan Ekonomi Kreatif*, 8(2), 101–110.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). Laporan Tahunan Industri Keuangan Digital. Jakarta: OJK.
- Pratama, A., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Performa Pemasaran UMKM. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 4(1), 78–85
- Puspitawati, I., & Lestari, N. (2021). Teknologi Digital dan Perubahan Strategi Bisnis UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(2), 54–63..
- Rahayu, N., & Saputra, M. (2022). Peran Media Sosial dan Fintech terhadap Strategi UMKM. *Jurnal Teknologi dan Kewirausahaan*, 6(1), 12–19.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). Research Methods for Business: A Skill Building Approach (7th ed.). Hoboken, NJ: Wiley.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyanto, D., & Lestari, P. (2022). Pengaruh Fintech terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Perkotaan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 7(1), 99– 108.
- Susanti, A., & Widodo, B. (2023). Digitalisasi UMKM melalui Platform Fintech terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Riset Keuangan dan Digital*, 5(2), 35– 44.
- We Are Social & Hootsuite. (2023). Digital 2023: Indonesia. [Online] <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Wijaya, H., & Hidayati, S. (2023). Efektivitas Penerapan Media Sosial dalam Strategi Pemasaran UMKM Kuliner. *Jurnal Pemasaran dan Teknologi Informasi*, 5(1), 66–74.

- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. Digunakan sebagai dasar rumus Slovin(hlm.133-134) dan penjelasan teknik purposive sampling(126-127).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). Research Methods for Business: A Skill Building Approach (7th ed.). Hoboken, NJ: Wiley. Digunakan untuk mendukung pentingnya jumlah sampel yang cukup dalam penelitian bisnis dan sosial(hlm.262-264).
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.). Los Angeles: SAGE Publications. Digunakan untuk memperkuat definisi purposive sampling sebagai teknik pemilihan responden berdasarkan karakteristik tertentu.(hlm.149-150).
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. American Journal of Theoretical and Applied Statistics, 5(1), 1–4.
- Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang. (2023). Laporan Tahunan UMKM Kuliner di Kecamatan Seberang Ulu 2 Kota Palembang.
- Amalia, R., & Santoso, B. (2021). Pengaruh Penggunaan Financial Technology terhadap Kinerja Keuangan UMKM. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia, 6(1), 45–53.
- Dewi, A. P., & Permana, D. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran UMKM. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial, 9(2), 104–112.
- Firmansyah, R., & Rahayu, D. (2020). Peran Fintech terhadap Efisiensi Transaksi pada UMKM di Era Digital. Jurnal Ekonomi Digital, 4(1), 32–40.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasanah, N., & Widodo, H. (2023). Efektivitas Media Sosial terhadap Pertumbuhan Penjualan UMKM Kuliner. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan, 12(1), 88–97.
- Putri, M. A., & Fauzan, A. (2021). Analisis Pengaruh QRIS terhadap Pendapatan UMKM di Jakarta Selatan. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Digital, 5(3), 134–142.
- Riyadi, S., & Hidayat, T. (2022). Transformasi Digital dan Dampaknya terhadap Kinerja Keuangan UMKM. Jurnal Akuntansi dan UMKM, 10(2), 67–76.
- Safitri, I. (2022). Financial Technology dan Implikasinya terhadap Keberlangsungan UMKM. Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, 8(1), 57–64.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni, R. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Fintech terhadap Keberhasilan Usaha Mikro di Wilayah Rural. Jurnal Keuangan dan Perbankan Digital, 6(2), 73–80.