PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN LITERASI *E-COMMERCE* TERHADAP KINERJA UMKM BIDANG KULINER DI DESA SUKAHARJA KECAMATAN TELUKJAMBE TIMUR KABUPATEN KARAWANG

[1)] Zaidan Al Rahman, [2)] Danang Kusnanto

[1)] Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang
Jl. HS. Ronggowaluyo, Telukjambe Timur, Karawang – 41363
Email: 2010631020214@student.unsika.ac.id
[2)] Dosen Universitas Singaperbangsa Karawang
Jl. HS. Ronggowaluyo, Telukjambe Timur, Karawang – 41363
Email: danang.kusnanto@fe.unsika.ac.id

ABSTRACT

The research method used in this study is a descriptive verification method with a quantitative approach. The sampling technique uses probability sampling with a proportionate stratified random sampling type, obtaining a sample of 127 respondents who are MSMEs. Then the analysis used in this study is path analysis. The results of the study show that the picture for financial literacy, e-commerce literacy, and performance of culinary MSMEs in Sukaharja Village is considered good. The correlation between Financial Literacy and E-Commerce Literacy has a strong relationship of 0.874. There is a partial influence of Financial Literacy on Business Performance of 31.89%. There is a partial influence of E-Commerce Literacy on Business Performance of 59.12%. There is a simultaneous influence of Financial Literacy and E-Commerce Literacy on Business Performance of Culinary MSMEs in Sukaharja Village of 91.01% while the remaining 8.99% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Financial Literacy, E-Commerce Literacy, Business Performance.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi *E-Commerce* Terhadap Kinerja Usaha Pelaku UMKM Bidang Kuliner di Desa Sukaharja. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan probability sampling dengan jenis proportionate stratified random sampling, diperoleh sampel berjumlah 127 responden yang merupakan pelaku Usaha UMKM Kemudian Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis jalur. Hasil penelitian menunjukan bahwa gambaran untuk Literasi Keuangan, Literasi *E-Commerce*, dan Kinerja Usaha Pelaku UMKM Bidang Kuliner di Desa Sukaharja dinilai baik. Korelasi antara Literasi Keuangan dan Literasi *E-Commerce* memiliki hubungan yang kuat yaitu sebesar 0,874. Terdapat pengaruh parsial Literasi Keuangan terhadap Kinerja Usaha sebesar 31,89%. Terdapat pengaruh parsial Literasi *E-Commerce* terhadap Kinerja Usaha sebesar 59,12%. Terdapat pengaruh simultan Literasi Keuangan dan Literasi *E-Commerce* terhadap Kinerja Usaha Pelaku UMKM Bidang Kuliner di Desa Sukaharja sebesar 91,01% sedangkan sisanya sebesar 8,99% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Literasi *E-Commerce*, Kinerja Usaha.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yakni sebuah jenis usaha atau usaha yang dijalankan secara perseorangan atau sebagai badan usaha kecil yang berperan sebagai aspek penting bagi perekonomian di Indonesia. Karena UMKM dapat menampung 97% atau sebanyak 117 juta pekerja dari total tenaga kerja serta 60,4% atau sebesar 8.573.89 Triliun melalui total investasi, lalu UMKM

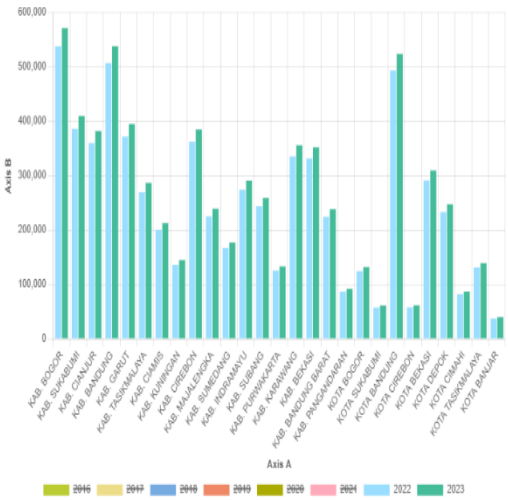
juga dapat menggunakan sumber daya alam dalam suatu usaha (I Gusti Gede Heru Marwanto, 2023). Berdasarkan sumber menurut Kadin.id UMKM memiliki beberapa jenis yang didasarkan pada skala modal yang digunakan.

Data UMKM 2018-2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	66
Pertumbuhan (%)		1.98%	-2.24%	2.28%	1,52%

Gambar 1. Data UMKM 2018-2023

Mengacu pada data pertumbuhan UMKM dari tahun 2018-2023 menunjukkan angka kenaikan secara perlahan, ini didasarkan oleh pertumbuhan UMKM pada setiap provinsi di Indonesia. Dan menurut data CNBC Indonesia, 2022 Kemenkop RI mencatat bahwa Jawa Barat menduduki sebagai wilayah dengan jumlah pelaku UMKM terbanyak di Indonesia, dengan jumlah mencapai 1,149 juta sektor usaha.



Gambar 2. Grafik Data UMKM

Dan Kabupaten Bogor menduduki sebagai wilayah dengan peringkat tertinggi dengan jumlah UMKM sebanyak 570.943 ribu unit usaha, dan Kabupaten Banjar sebagai daerah dengan jumlah pelaku UMKM terendah dengan Jumlah UMKM sebanyak 39.422 ribu usaha. Sedangkan jumlah pelaku UMKM di Kabupaten Karawang mencapai 355.623 ribu unit usaha. UMKM memiliki kedudukan serius menjadi salah satu penggerak pemulihan perekonomian yang telah memberikan partisipasi dengan sedemikian besar terhadap perekonomian negara. UMKM diyakini mampu bertahan dari krisis yang melanda di negara Indonesia termasuk di waktu pandemi Covid-19. Oleh karena itu, pemerintah Jawa Barat sangat mendukung dalam meningkatkan serta menguatkan sektor UMKM melalui beragam regulasi dan program yang dibuat.

Desa Sukaharja ialah sebuah daerah yang berada di Kecamatan Telukjambe Timur Kabupaten Karawang yang dimana desa tersebut menjadi salah satu pusat perekonomian di Kabupaten Karawang karna posisi yang sangat strategis di pusat perkotaan. Dengan dominasi mata pencaharian sebagai pelaku usaha UMKM dengan beragam sektor. Adapun jumlah pelaku UMKM mencapai 187 dengan dominasi pelaku UMKM pada sektor usaha kuliner dengan jumlah mencapai 98 UMKM. Untuk dapat terus berkembang tentunya, UMKM harus selalu mengikuti perkembangan yang ada halnya kemajuan teknologi dan informasi untuk dapat diadopsi sehingga dapat terus memaksimalkan kinerjanya agar dapat terus mampu bersaing. maka transformasi UMKM menjadi sangat penting melalui penggunaan teknologi digital atau perkembangan *E-Commerce*, Pemerintah terus meningkatkan UMKM dengan merilis alat kebijakan yang dapat menunjang UMKM, yang membuat bagian yang paling penting dari situasi ekonomi digital pada saat ini.

Berdasarkan hasil survei menunjukkan hasil beberapa permasalahan yang kerap

dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam menjalankan usaha khususnya di bidang kuliner ialah permasalahan pada kinerja halnya ditunjukkan dengan permasalahan pada peningkatan penjualan, peningkatan jumlah karyawan, meningkatnya keuntungan, pertumbuhan modal, perhitungan keuangan terperinci serta aset usaha meningkat. yang dijawab oleh responden dengan hasil menunjukkan negatif. Meski demikian responden cukup menjawab netral pada indikator kenaikan jumlah pelanggan.

Permasalahan yang selalu terjadi pada para pelaku UMKM sebagai berikut perihal memasarkan produk, teknologi, pengelolaan keuangan, kualitas SDM, ,permodalan serta peningkatan literasi keuangan (Wahyudiati, 2017). Pentingnya pemahaman yang menyerap tentang literasi keuangan membuat edukasi literasi keuangan sangat dibutuhkan (Desiyanti, 2016). Bukan hanya edukasi literasi keuangan, perihal yang paling utama adalah menjadikan pelaku UMK memahami dalam persoalan keuangan. Hal tersebut di dukung oleh observasi yang dikerjakan oleh Muhammad Rizki Achirlita, yang mengatakan bahwa variable literasi keuangan dapat mempengaruhi secara positif kinerja usaha (Achirlita, 2021).

Dalam mendukung peningkatan kinerja UMKM, maka perlunya transformasi digital yang dilakukan oleh para pelaku UMKM halnya dengan pemanfaatan *E-Commerce* sebagai media promosi dan penjualan sehingga jangkauan pasar dapat lebih luas sebagaimana data dari Databoks,2024 bahwasanya pengguna *E-Commerce* terus mengalami kenaikan dan mencapai 75,3% pengguna.

Observasi yang dilakukan oleh penulis ada sebagian mereplikasi observasi terdahulu antara lain, penelitian yang dilakukan oleh Maghfiroh & Biduri (2022) yang berjudul "Adopsi *E-Commerce* Memediasi Hubungan Kesiapan Teknologi, Lingkungan Eksternal dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM". Hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa variable *E-Commerce* berpengaruh terhadap variabel Literasi Keuangan.

Adapun observasi yang dibuat oleh Susanti et al (2023) yang berjudul "Pengaruh *E-Commerce*, Pengetahuan Akuntansi, Modal Usaha, Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Kinerja Umkm Di Kabupaten Demak". Hasil penelitian tersebut mengatakan variabel Literasi *E-Commerce* berpengaruh terhadap variabel Kinerja Usaha.

Sebaliknya observasi yang dilaksanakan oleh S. Wahyuni et al (2021) yang berjudul "Pengaruh *E-Commerce*, Budaya Organisasi, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di Kota Magelang". Hasil penelitian tersebut mengatakan variabel Pengaruh *E-Commerce* dan Literasi Keuangan berpengaruh secara bersamaan terhadap Kinerja Usaha.

Menurut data empiris yang sudah ditampilkan melalui penelitian terdahulu, peneliti terpikat untuk melaksanakan penelitian mengenai **"Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi *E-Commerce* Terhadap Kinerja Usaha Bidang Kuliner Di Desa Sukaharja, Kecamatan Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang".**

Melalui penelitian ini bertujuan untuk lebih lanjut memahami, mengetahui dan membedah mengenai pengaruh literasi keuangan dan literasi *E-Commerce* terhadap kinerja usaha bidang kuliner di Desa Sukaharja Kecamatan Telukjambe Timur Kabupaten Karawang.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Literasi Keuangan

Berdasarkan pendapat Hanif & Kusumastuti (2023) Literasi Keuangan merupakan suatu pengetahuan mengenai prinsip-prinsip ekonomi untuk mendapatkan penghasilan, memahami informasi, pengambilan keputusan, perencanaan, dan pengelolaan keuangan, dipengaruhi oleh lingkungan sosial, pendidikan keluarga, dan pengalaman. Literasi Keuangan yakni kepenguasaan seperangkat kemampuan dan pemahaman yang mengharuskan seseorang dapat memberikan ketetapan yang akurat dan efektif melalui semua sumber daya keuangan mereka (HC & Gusaptono, 2021).

Sehingga dapat didefinisikan sebagai suatu pengetahuan seseorang untuk mengukur kemampuan dan pemahaman dalam mengatur keuangan serta dapat membuat keputusan yang tepat untuk meningkatkan kesejahteraan keuangannya.

Berdasarkan Selvi (2018) Aspek-aspek Literasi Keuangan meliputi antara lain :

1. Pengetahuan Dasar mengenai Keuangan Pribadi (*Basic Personal Finance*)
2. Manajemen Uang
3. Manajemen Kredit dan Utang
4. Tabungan
5. Investasi
6. Manajemen Risiko

2.1.2 Literasi E-Commerce

Menurut Tri Utami (2022) *E-Commerce* ialah suatu layanan jasa untuk memproses jual-beli suatu produk melalui elektronik dari penjual ke pembeli ataupun sesama perusahaan melalui perangkat komputer sebagai penghubung transaksinya. Sedangkan Kuswiratmo dalam Amandin (2021) *E-Commerce* atau lebih diketahui dengan julukan *Online Shop* yakni pemanfaatan perdagangan berbentuk transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, ataupun promosi dari barang atau jasa dilaksanakan dengan menggunakan komputer dan fasilitas teknologi digital. Dapat disimpulkan bahwa Literasi *E-Commerce* ialah suatu transaksi jual beli suatu produk atau jasa menggunakan teknologi jaringan dari produsen ke konsumen dengan media elektronik sebagai proses transaksinya.

Bersumber pada DeLone & McLean dalam Amandin (2021) menyebutkan ada beberapa Dimensi & Indikator Literasi *E-Commerce* sebagai berikut :

1. Pencarian informasi yang dilakukan oleh pelanggan
2. Memudahan pelanggan untuk permintaan layanan pelanggan
3. Memudahkan untuk menerima pembayaran pelanggan
4. Memudahkan pelanggan untuk interaksi
5. Memudahkan untuuk pesanan pelanggan

2.1.3 Kinerja Usaha

Akbar (2021) Kinerja Usaha yaitu prestasi kerja yang diperoleh secara keutuhan serta menimbang melalui prestasi kerja, target, sasaran atau standar yang sudah ditetapkan terlebih dahulu dan sudah disetujui bersama pada suatu entitas usaha dengan standar modal serta pemasukan yang telah ditentukan oleh undang-undang.

Menurut Megracia (2021) Kinerja Usaha adalah strategi untuk menilai hasil pemasaran dari perusahaan. Disetiap perusahaan mempunyai kepentingan untuk melihat hasilnya sebagai gambaran dari keberhasilan usahanya ketika persaingan di pasar.

Dapat disimpulkan melalui pengertian-pengertian kinerja usaha para ahli di atas, maka Kinerja usaha merupakan sebuah prestasi atau taraf keberhasilan secara keutuhan yang telah ditentukan terlebih

dahulu dalam melaksanakan tugasnya pada satu organisasi atau perusahaan dengan waktu yang sudah dipastikan.

Menurut Minuzu dalam Debby Nugraha AP (2022) menyebutkan ada beberapa Dimensi & Indikator Kinerja Usaha sebagai berikut :

1. Peningkatan dalam penjualan
2. Penigkatan dalam aset modal
3. Peningkatan tenaga kerja pertahun
4. Peningkatan dari pemasaran dan pasar
5. Peningkatan keuntungan dari suatu usaha.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian menggunakan metode kuantitatif deskripif verifikatif. Dimana, penelitian kuantitatif sendiri merupakan proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka dan diolah secara statistik dengan pengambilan data melalui survei menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden penelitian.

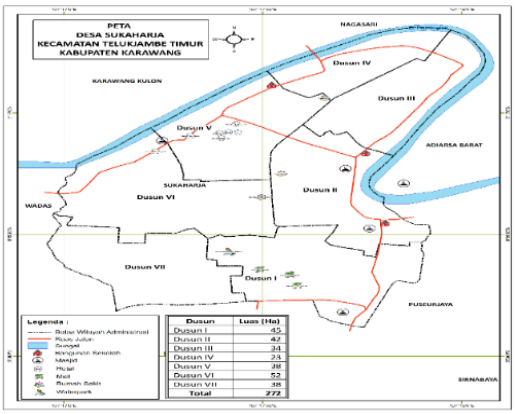
3.2 Sampel

Adapun jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 127 responden yang merupakan para pelaku UMKM di bidang kuliner. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *probability sampling* dengan jenis *proportionate stratified random sampling.* Kemudian Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis jalur.

Dari setiap hasil jawaban responden dengan menggunakan skala likert 1-5 diolah dengan SPSS 25 dan hasil jawaban responden diinterpretasikan dan dijabarkan guna mempermudah penarikan kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Terlampir objek penelitian yaitu Desa Sukaharja dengan sebaran pelaku UMKM pada setiap wilayah dengan jumlah pelaku UMKM kuliner berjumlah 127 pelaku UMKM dengan produk makanan, minuman, *frozen food* hingga kafe.



Gambar 3. Wilayah Objek Penelitian

4.1 Profil Responden

Tabel 1. Omzet UMKM

Lama Usaha		
0-2 th	29,9%	38 Pelaku
3-5 th	39,4%	50 Pelaku
>5 th	30,7%	39 Pelaku
Omzet Per Tahun		
≤ 5 jt	1,6%	2 Pelaku
5 - < 10 jt	15,7%	20 Pelaku
10 - < 20 jt	34,6%	44 Pelaku
20 - < 50 jt	29,1%	37 Pelaku
50 - < 100 jt	11%	14 Pelaku
≥ 100 jt	7,9%	10 Pelaku
Investas Awal Usaha		
< 50 Juta	78%	99 Pelaku
50 - < 500 jt	18,9 %	24 Pelaku
500 - < 2,5 M	3,1 %	4 Pelaku

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2024

Bahwa dari hasil profil atas respon dari responden menunjukkan para pelaku UMKM didominasi oleh pelaku UMKM dengan lama menjalankan usaha selama 3-5 tahun dengan capaian presentase 39,9% atau 50 responden. Adapun hasil omzet tahunan yang diperoleh para pelaku UMKM kuliner di Desa Sukaharja

menunjukkan capaian omzet 10 - < 20 jt pertahun dengan pelaku UMKM mencapai 44 responden dan besaran investasi modal usaha pada awal merintis didominasi oleh responden dengan jumlah mencapai presentase 78% atau 99 pelaku UMKM . Itu artinya, bahwa UMKM yang dijalankan didominasi oleh sektor UMKM dengan golongan kecil.

4.2 Analisis Deskriptif

Dari hasil analisis deskriptif dengan uji pada setiap indikator penelitian diperoleh hasil uji pada variabel literasi keuangan (X_1) menunjukkan rerata nilai hasil dengan skor 471 yang termasuk dalam kategori setuju, adapun jawaban dengan skor tertinggi ditunjukkan dengan indikator pentingnya memilah keuangan pribadi dan usaha dengan jawaban skor mencapai 569 dalam kategori sangat setuju, hal ini dapat diartikan bahwasanya pelaku UMKM memiliki kesadaran yang baik mengenai pentingnya memilah antara keuangan pribadi dan usaha sehingga pengelolaan keuangan usaha dan pribadi dapat lebih efektif dan perhitungan mengenai laba dan rugi menjadi lebih jelas.

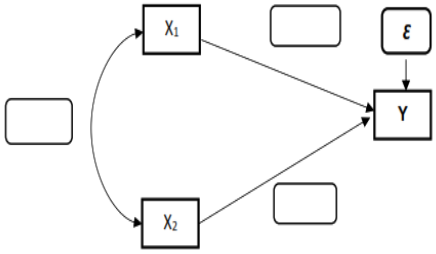
Dari hasil uji analis deskriptif yang dilakukan pada variabel literasi *e-commerce* (X_2) menujukkan bahwasanya diperoleh hasil skor rerata mencapai 496 poin dalam kategori setuju, dengan jawaban tertinggi pada indikator memudahakan pencarian informasi melalui *onlineshop* mencapai 549 yang termasuk dalam kategori sangat setuju. Sehingga dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM menyadari bahwasanya dengan literasi *e-commerce* yang baik dapat membantu para pelaku UMKM dalam proses penjualan dan memanfaatkan *e-commerce* sebagai layanan *online* yang dapat meningkatkan pendapatan dan kinerja usaha.

Adapun hasil rekapitulasi deskriptif pada variabel kinerja usaha (Y) menujukkan rerata skor mencapai 486 yang termasuk dalam kategori setuju, dengan nilai skor tertinggi pada indikator mengalami peningkatan penjualan signifikan dengan skor mencapai 563 dalam kategori sangat setuju yang artinya bahwa kinerja usaha yang dirasakan para pelaku UMKM di Desa Sukaharja ditandai dengan merasakan peningkatan penjualan yang signifikan.

4.3 Analisis Verifikatif

Angka dari koefisien korelasi antara dua variabel independen yakni Literasi Keuangan (X_1) dan Literasi *E-Commerce* (X_2) yaitu sebanyak 0,874. Maka ketika Literasi Keuangan meningkat angkanya, Literasi *E-Commerce* juga akan meningkat setara atau hampir sama dengan nilai variabel Literasi Keuangan karna kedua variabel tersebut memiliki hubungan.

4.4 Analisis Jalur (*Path Analysis)*



Gambar 4. Analisis Jalur

Pada gambar memperlihatkan besaran koefisien jalur pada variabel Literasi Keuangan (X_1) dengan besar 0,353. Dapat diketahui bahwa nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan variabel Literasi *E-Commerce* (X_2) sebesar 0,630. Artinya Literasi *E-Commerce* (X_2) lebih berpengaruh terhadap Kinerja Usaha (Y) dibandingkan Literasi Keuangan (X_1).

4.5 Koefisien Determinasi

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.954[a]	0.910	0.909	3.000
a. Predictors: (Constant), Literasi E-Commerce, Literasi Keuangan				

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2024

Diketahui koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,910 yang berarti bahwa Literasi Keuangan (X_1) dan Literasi *E-Commerce* (X_2) mempunyai pengaruh terhadap Kinerja Usaha (Y) sebesar 91% sebaliknya sisanya 9% (100% - 91%) yakni kontribusi dari variabel lain (Ɛ) yang tidak dikaji dalam penelitian ini tetapi mempengaruhi Kinerja Usaha.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji t

Tabel 3. Hasil Uji t

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.166	1.080		1.079	0.283
	Literasi Keuangan	0.440	0.069	0.353	6.367	0.000
	Literasi E-Commerce	0.684	0.060	0.630	11.357	0.000
a. Dependent Variable: Kinerja Usaha						

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel menunjukkan jika nilai sig. (0,000) < α (0,05) dan t_{hitung} (6,367) > t_{tabel} (1,657) artinya H_0 ditolak. Sehingga bisa dinyatakan jika Literasi Keuangan (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja Usaha (Y). Dapat dilihat jika nilai sig. (0,000) < α (0,05) dan t_{hitung} (11,357) > t_{tabel} (1,657) artinya H_0 ditolak. Sehingga bisa dinyatakan jika Literasi *E-Commerce* (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja Usaha (Y).

4.6.2 Uji F

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11321.719	2	5660.860	628.941	.000[b]
	Residual	1116.076	124	9.001		
	Total	12437.795	126			
a. Dependent Variable: Kinerja Usaha						
b. Predictors: (Constant), Literasi E-Commerce, Literasi Keuangan						

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2024

Dapat diketahui jika nilai sig. (0,000) < α (0,05) dan f_{hitung} (628,941) > f_{tabel} (3,06) artinya H_0 ditolak. Sehingga bisa dinyatakan jika Literasi Keuangan (X_1) dan Literasi *E-Commerce* (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha (Y).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Didasarkan pada hasil temuan pada uji yang dilakukan pada variabel Literasi Keuangan (X_1) bahwasanya rerata jawaban responden menunjukkan skor pada kategori setuju yang artinya bahwa pelaku UMKM di bidang kuliner sudah memahami terkait literasi keuangan halnya ditunjukkan dengan adanya pemilahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha.
2. Hasil temuan pada uji yang dilakukan pada variabel *E-Commerce* (X_2) menunjukkan besaran skor pada kategori setuju dengan interpretasi bahwa pelaku UMKM di Desa Sukaharja sudah memahami terkait literasi *e-*

commerce . Dengan hasil skor tertinggi pada indikator memudahkan pencarian informasi produk yang dijual.

3. Berdasarkan hasil penelitian variabel Kinerja Usaha (Y) pada Pelaku UMKM Bidang Kuliner di Desa Sukaharja menujukkan skor pada kategori setuju, artinya Pelaku Usaha beranggapan bahwa Kinerja Usaha pada Pelaku UMKM Bidang Kuliner di Desa Sukaharja dinilai sangat meningkat semenjak memahami Literasi Keuangan dan Literasi *E-Commerce*. Skor tertinggi yang mempengaruhi Kinerja Usaha terdapat pada indikator mengalami peningkatan penjualan yang signifikan dan untuk skor terendah terdapat pada indikator proses peningkatan tenaga kerja.
4. Terdapat hubungan antara variabel Literasi Keuangan (X_1) dan Literasi *E-Commerce* (X_2) sebesar 0,874 dengan tingkat korelasi yang kuat dan searah karena nilainya positif. Hal ini menandakan maka tingginya Literasi Keuangan dan Literasi *E-Commerce* yang diberikan Pelaku UMKM Bidang Kuliner di Desa Sukaharja kepada konsumen sudah kuat.
5. Pengaruh secara parsial Literasi Keuangan (X_1) terhadap Kinerja Usaha (Y) Pelaku UMKM Bidang Kuliner di Desa Sukaharja memiliki nilai pengaruh sebesar 31,89%.
6. Pengaruh secara parsial Literasi *E-Commerce* (X_2) terhadap Kinerja Usaha (Y) Pelaku UMKM Bidang Kuliner di Desa Sukaharja memiliki nilai pengaruh sebesar 59,12%.
7. Pengaruh secara simultan Literasi Keuangan (X_1) dan Literasi *E-Commerce* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha (Y) sebesar 91,01% dan sisanya sebesar 8,99% adalah pengaruh dari variabel lain yang tidak dikaji pada penelitian ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

Achirlita, M. R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja UMK (Studi Kasus Pada UMK di DKI Jakarta) [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id* (Issue 11160840000067). https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/56777

Akbar, M. A., Misbahuddin, & Abd Wahab. (2021). PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN PERILAKU KEWIRAUSAHAAN MUSLIM TERHADAP KINERJA USAHA KECIL (STUDI PADA USAHA KULINER DI KOTA MAKASSAR). *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *3*(1), 8–9. https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v3i1.551

Amandin. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Kota

Prabumulih. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *2*(2), 3.http://journal.yrpipku.com/index.php/msej

Desiyanti, R. (2016). Literasi dan Inklusi Keuangan serta Indeks Utilitas Umkm di Padang. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, *2*(2), 122–134. https://core.ac.uk/download/pdf/268045154.pdf

I Gusti Gede Heru Marwanto, A. N. R. (2023). *EVALUASI USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KEBIJAKAN PEMBIAYAAN BAGI PELAKU UMKM DI YOGYAKARTA I*. *2*(5), 2. https://return.publikasikupublisher.com/index.php/return/article/view/100/238

Maghfiroh, L., & Biduri, S. (2022). Adopsi E-Commerce Memediasi Hubungan Kesiapan Teknologi, Lingkungan Eksternal dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, *32*(8), 11. https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i08.p12

Megracia, S. (2021). Karakteristik dan Motivasi Entrepreneur Terhadap Kinerja Bisnis (Studi Kasus Fashion Online Shop Di Kota Bandung). *Mbia*, *20*(1), 6. https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1277

Ni Luh Debby, I Nyoman Nugraha AP, E. S. (2022). ANALISIS PENGARUH TECHNO-FINANCE LITERACY DAN PRAKTIK ENTREPRENEUR RISK MANAGEMENT TERHADAP KINERJA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DI KABUPATEN LOMBOK BARAT. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, *11*(1), 4–5. https://doi.org/10.29303/jmm.v11i1.705

Selvi. (2018). *Literasi Keuangan Masyarakat : Pahami Investasi Keuangan Anda* (S. R. N. Nur Fitri Yanuar Misilu (ed.); Pertama). Ideas Publishing. https://repository.ung.ac.id/karyailmiah/show/9014/buku-referensi-literasi-keuangan-masyarakat-pahami-investasi-keuangan-anda.html

Susanti, D. A., Zuliyati, & Laili, K. Ni. (2023). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi, Modal Usaha, Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Kinerja Umkm Di Kabupaten Demak. *Jurnal Akuntansi Edukasi Nusantara ICMA*, *1*(1), 5. http://finance.detik.com

Tri Utami. (2022). PENGARUH PELAYANAN E-COMMERCE TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DI TOKO ONLINE RR STUFF KOTA BENGKULU [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU]. In *IAIN BENGKULU* (Issue 8.5.2017). http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/10327

Wahyudiati, D. (2017). *Pengaruh Aspek Keuangan dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM)*

Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kasongan [Universitas Negeri Yogyakarta]. http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/59905

Wahyuni, S., Nugroho, W. S., Purwantini, A. H., & Khikmah, S. N. (2021). Pengaruh E-Commerce, Budaya Organisasi, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di Kota Magelang. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Univeristas Tidar 2021*, *11*, 11. https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/semnasfe2021/article/view/4479/2180.