



Transformasi E-Business terhadap Peningkatan Pendapatan Digital melalui Sistem Informasi Manajemen pada UMKM Pengguna E-Commerce.

Dinda Dwi Aprillia¹, Anggie Pricyla Sianturi² dan Muhammad Rizal³

Dindadwiaprillia91@gmail.com, sianturianggie91@gmail.com², rizallarispaa22@gmail.com³

¹²³Universitas Negeri Medan

Article Info

Article history:

Received Jun 12th, 2026

Revised Aug 20th, 2026

Accepted Aug 26th, 2026

Kata Kunci:

Kata kunci pertama

Kata kunci kedua

Kata kunci ketiga

ABSTRAK

Abstrak yang dipersiapkan dengan baik memungkinkan pembaca untuk mengidentifikasi isi dasar suatu dokumen dengan cepat dan akurat, menentukan relevansinya dengan kepentingan mereka, dan dengan demikian memutuskan apakah akan membaca dokumen tersebut secara keseluruhan. Abstrak harus informatif dan cukup jelas, memberikan pernyataan yang jelas tentang masalah, usulan pendekatan atau solusi, dan menunjukkan temuan dan kesimpulan utama. Abstrak tidak boleh lebih dari 250 kata. Abstrak harus ditulis dalam bentuk lampau. Tata nama standar harus digunakan dan singkatan harus dihindari. Tidak ada literatur yang boleh dikutip. Daftar kata kunci memberikan kesempatan untuk menambahkan kata kunci, yang digunakan oleh layanan pengindeksan dan abstrak, selain kata kunci yang sudah ada dalam judul. Penggunaan kata kunci yang bijaksana dapat meningkatkan kemudahan bagi pihak yang berkepentingan untuk menemukan artikel kami, abstrak tidak mengandung referensi, gambar, tabel, singkatan, atau akronim. (Arial 10 pt).

ABSTARCT

A well-prepared abstract enables the reader to identify the basic content of a document quickly and accurately, to determine its relevance to their interests, and thus to decide whether to read the document in its entirety. The Abstract should be informative and completely self-explanatory, provide a clear statement of the problem, the proposed approach or solution, and point out major findings and conclusions. Abstract should be no more than 250 words. The abstract should be written in the past tense. Standard nomenclature should be used and abbreviations should be avoided. No literature should be cited. The keyword list provides the opportunity to add keywords, used by the indexing and abstracting services, in addition to those already present in the title. Judicious use of keywords may increase the ease with which interested parties can locate our article, the abstract does not contain references, figures, tables, abbreviation, or acronym. (Arial 10 pt).



© 2021 Para Penulis. Diterbitkan oleh Perkumpulan Konsultan Manajemen Pendidikan Indonesia (PKMPI). Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY-NC-SA

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Corresponding Author:

Dinda Dwi Aprillia¹
Universitas Negeri Medan
Email: Dindadwiaprillia91@gmail.com

Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, terutama pada sektor perdagangan digital atau e-commerce. Perubahan tersebut mendorong banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk melakukan transformasi bisnis dari sistem konvensional menuju sistem berbasis digital atau e-business. Transformasi ini tidak hanya mengubah cara penjualan produk, tetapi juga memengaruhi sistem pemasaran, transaksi pembayaran, pelayanan pelanggan, hingga pengelolaan data usaha melalui sistem informasi manajemen. Menurut Susanti dan Frastika (2025), transformasi digital pada UMKM menjadi langkah penting untuk meningkatkan daya saing usaha di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat.

Penggunaan e-commerce oleh UMKM juga terus mengalami peningkatan karena dinilai mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efektivitas operasional bisnis. Marketplace dan platform digital memberikan kemudahan dalam melakukan promosi produk, pengelolaan transaksi, komunikasi dengan pelanggan, hingga analisis penjualan secara lebih cepat dan efisien. Silviawati et al. (2025) menjelaskan bahwa penerapan e-commerce berperan penting dalam mendukung transformasi digital UMKM serta membantu pelaku usaha meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar digital.

Selain itu, sistem informasi manajemen berbasis digital memiliki kontribusi besar dalam mendukung pengelolaan usaha secara lebih terstruktur dan efektif. Melalui penggunaan sistem informasi, UMKM dapat mengelola data penjualan, memantau transaksi, mengatur stok barang, serta memperoleh informasi bisnis secara real-time untuk mendukung pengambilan keputusan. Azizah dan Nasution (2025) menyatakan bahwa penggunaan sistem informasi manajemen berbasis digital mampu meningkatkan efisiensi operasional dan membantu UMKM bersaing di era bisnis modern.

Transformasi e-business juga memberikan dampak terhadap peningkatan pendapatan digital UMKM. Pemanfaatan fitur digital seperti digital payment, promosi online, dan layanan e-commerce memungkinkan pelaku usaha memperoleh akses pasar yang lebih luas dan meningkatkan volume penjualan. Wijyantini et al. (2024) menjelaskan bahwa inovasi keuangan digital dan penggunaan platform digital mampu mendorong pertumbuhan pendapatan UMKM karena proses transaksi menjadi lebih mudah, cepat, dan efisien. Selain itu, Maya dan Husda (2024) menyebutkan bahwa penggunaan e-commerce dan sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja serta perkembangan UMKM dalam menjalankan aktivitas bisnis digital.

Meskipun demikian, dalam implementasinya masih terdapat berbagai kendala yang dihadapi UMKM dalam melakukan transformasi e-business. Beberapa pelaku usaha masih mengalami keterbatasan dalam literasi digital, kemampuan penggunaan teknologi, serta pengelolaan sistem informasi berbasis digital. Silviawati et al. (2025) menjelaskan bahwa kurangnya pemahaman mengenai pemanfaatan fitur e-commerce secara optimal menyebabkan sebagian UMKM belum mampu memaksimalkan peningkatan pendapatan digital melalui sistem informasi manajemen.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian mengenai Transformasi E-Business terhadap Peningkatan Pendapatan Digital melalui Sistem Informasi Manajemen pada UMKM Pengguna E-Commerce menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai bagaimana transformasi e-business dan pemanfaatan sistem informasi

manajemen dapat membantu UMKM meningkatkan pendapatan digital serta menghadapi tantangan bisnis di era digital saat ini.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research). Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena transformasi e-business terhadap peningkatan pendapatan digital melalui sistem informasi manajemen pada UMKM pengguna e-commerce secara mendalam dan deskriptif. Menurut Raehana (2024), penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena sosial melalui pengumpulan dan analisis data secara mendalam berdasarkan kondisi nyata yang terjadi di lapangan.

Metode studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan berbagai sumber data berupa jurnal ilmiah, buku, artikel, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan sistem informasi manajemen, e-business, e-commerce, transformasi digital, serta pendapatan digital pada UMKM. Teknik ini digunakan untuk memperoleh informasi dan teori yang relevan sebagai dasar dalam menganalisis permasalahan penelitian. Menurut Supriatna et al. (2025), studi literatur merupakan teknik penelitian yang dilakukan melalui pengkajian berbagai referensi ilmiah guna memperoleh landasan teori dan pemahaman terhadap suatu fenomena penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal nasional, buku metodologi penelitian, artikel ilmiah, dan sumber akademik lain yang relevan dan dapat diakses secara online. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan penelusuran literatur digital dari berbagai portal jurnal dan repository ilmiah. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan cara mengidentifikasi, mengelompokkan, memahami, dan menarik kesimpulan dari berbagai informasi yang telah diperoleh sesuai dengan fokus penelitian. Menurut Subakti et al. (2023), analisis deskriptif kualitatif dilakukan dengan menafsirkan data secara sistematis untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai suatu fenomena penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap UMKM pengguna e-commerce, diperoleh hasil bahwa transformasi e-business memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan digital usaha. Perubahan pola bisnis dari sistem konvensional menuju sistem digital membuat pelaku UMKM lebih mudah menjalankan aktivitas usaha secara efektif dan efisien. Sebagian besar pelaku usaha mulai memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana utama dalam melakukan pemasaran, transaksi penjualan, komunikasi dengan pelanggan, hingga pengelolaan data usaha.

Penggunaan platform e-commerce seperti marketplace dan media sosial bisnis menjadi salah satu bentuk transformasi digital yang paling banyak digunakan oleh UMKM. Pelaku usaha memanfaatkan marketplace karena dinilai mampu memberikan akses pasar yang lebih luas dibandingkan penjualan secara offline. Dengan adanya e-commerce, produk dapat dipasarkan kepada konsumen dari berbagai daerah tanpa harus memiliki toko fisik. Selain itu, penggunaan marketplace juga mempermudah pelaku usaha dalam melakukan promosi produk melalui fitur-fitur digital seperti flash sale, voucher diskon, gratis ongkir, dan iklan digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM mengalami peningkatan jumlah pelanggan setelah menggunakan e-commerce. Sebelum melakukan transformasi digital, pemasaran produk hanya dilakukan secara langsung atau melalui lingkungan sekitar. Namun setelah memanfaatkan platform digital, jangkauan pasar menjadi lebih luas sehingga peluang penjualan juga meningkat. Hal tersebut menunjukkan bahwa transformasi e-business mampu membantu UMKM meningkatkan eksistensi usaha dan memperbesar peluang memperoleh pendapatan digital.

Selain penggunaan e-commerce, penerapan sistem informasi manajemen juga memberikan dampak positif terhadap pengelolaan usaha UMKM. Pelaku usaha mulai memanfaatkan sistem digital untuk melakukan pencatatan transaksi, pengelolaan stok barang, pengaturan pesanan pelanggan, serta pemantauan data penjualan secara real-time. Penggunaan sistem informasi tersebut membantu pelaku usaha memperoleh informasi bisnis secara lebih cepat dan akurat sehingga proses pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan lebih efektif.

Dalam aktivitas operasional, penggunaan sistem informasi manajemen membuat proses bisnis menjadi lebih terorganisasi. Pelaku usaha tidak lagi melakukan pencatatan secara manual karena sebagian besar data penjualan telah tersimpan secara otomatis di dalam sistem marketplace atau aplikasi digital lainnya. Hal ini membantu mengurangi risiko kesalahan pencatatan data dan meningkatkan efisiensi kerja. Selain itu, fitur analitik penjualan yang tersedia pada platform e-commerce membantu pelaku usaha memahami produk yang paling diminati konsumen serta mengetahui perkembangan penjualan usaha.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital memberikan pengaruh terhadap peningkatan efektivitas transaksi bisnis. Pelaku usaha menggunakan berbagai metode pembayaran digital seperti transfer bank, dompet digital, dan QRIS untuk mempermudah proses transaksi dengan pelanggan. Penggunaan sistem pembayaran digital membuat transaksi menjadi lebih cepat, aman, dan praktis sehingga meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam melakukan pembelian produk.

Di sisi pemasaran, strategi promosi digital menjadi salah satu faktor yang mendukung peningkatan pendapatan digital UMKM. Pelaku usaha memanfaatkan media sosial dan fitur promosi marketplace untuk menarik perhatian konsumen. Strategi promosi dilakukan melalui pembuatan konten produk, pemberian diskon, penggunaan iklan digital, dan interaksi langsung dengan pelanggan melalui fitur live shopping atau layanan pesan online. Dengan adanya promosi digital tersebut, produk menjadi lebih mudah dikenal oleh masyarakat sehingga volume penjualan mengalami peningkatan.

Namun, dalam proses transformasi e-business, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh UMKM. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan kemampuan penggunaan teknologi digital. Sebagian pelaku usaha masih mengalami kesulitan dalam memahami penggunaan fitur-fitur digital seperti analitik penjualan, pengelolaan iklan, dan optimalisasi pemasaran online. Selain itu, keterbatasan literasi digital menyebabkan beberapa pelaku usaha belum mampu memanfaatkan sistem informasi secara maksimal.

Kendala lainnya adalah tingginya persaingan bisnis pada platform e-commerce. Banyaknya pelaku usaha yang menjual produk sejenis membuat UMKM harus mampu menciptakan strategi pemasaran yang lebih menarik agar dapat bersaing di pasar digital. Persaingan harga, kualitas produk, dan pelayanan pelanggan menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha dalam mempertahankan konsumen.

Meskipun masih terdapat berbagai kendala, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM merasakan dampak positif dari transformasi e-business. Penggunaan e-commerce dan sistem informasi manajemen membantu pelaku usaha meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, mempercepat transaksi bisnis, serta meningkatkan pendapatan digital usaha secara bertahap.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, dapat diketahui bahwa transformasi e-business memiliki pengaruh yang besar terhadap peningkatan pendapatan digital pada UMKM pengguna e-commerce. Transformasi tersebut terlihat dari perubahan pola bisnis yang sebelumnya dilakukan secara konvensional menjadi berbasis teknologi digital. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi sistem pemasaran, tetapi juga memengaruhi pengelolaan operasional usaha secara keseluruhan.

Penggunaan e-commerce sebagai media pemasaran digital memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar. Sebelum menggunakan platform digital, sebagian besar pelaku usaha hanya mengandalkan penjualan secara langsung kepada konsumen di lingkungan sekitar. Namun setelah menggunakan marketplace dan media sosial, produk dapat dipasarkan kepada konsumen dari berbagai daerah bahkan luar kota. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi e-business membantu UMKM meningkatkan akses pasar dan memperbesar peluang memperoleh keuntungan usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Silviawati et al. (2025) yang menyatakan bahwa penerapan e-commerce memiliki peran penting dalam mendukung transformasi digital UMKM serta membantu meningkatkan daya saing usaha di era digital. Penggunaan teknologi digital membuat proses pemasaran menjadi lebih cepat, mudah, dan efisien dibandingkan metode pemasaran konvensional.

Selain itu, penerapan sistem informasi manajemen memberikan dampak positif terhadap efektivitas pengelolaan usaha. Sistem informasi membantu pelaku usaha memperoleh data dan informasi bisnis secara real-time sehingga proses pengambilan keputusan dapat dilakukan secara lebih tepat. Penggunaan fitur pencatatan transaksi dan pengelolaan stok secara digital membantu pelaku usaha mengurangi kesalahan pencatatan dan meningkatkan efisiensi operasional usaha.

Temuan penelitian ini sesuai dengan pendapat Azizah dan Nasution (2025) yang menjelaskan bahwa sistem informasi manajemen berbasis digital mampu membantu UMKM meningkatkan efektivitas pengelolaan bisnis dan mendukung perkembangan usaha secara berkelanjutan. Dengan adanya sistem informasi yang terintegrasi, pelaku usaha dapat memantau perkembangan usaha secara lebih mudah dan terstruktur.

Transformasi e-business juga memberikan dampak terhadap peningkatan kualitas pelayanan pelanggan. Penggunaan media digital mempermudah komunikasi antara penjual dan pembeli sehingga proses transaksi dapat dilakukan dengan lebih cepat. Selain itu, penggunaan pembayaran digital memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan pembelian produk. Kemudahan tersebut meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Dalam aspek pemasaran, penggunaan strategi promosi digital seperti iklan marketplace, potongan harga, flash sale, dan promosi media sosial terbukti mampu meningkatkan minat konsumen terhadap produk UMKM. Strategi tersebut membuat produk lebih mudah ditemukan oleh konsumen sehingga peluang terjadinya transaksi penjualan menjadi lebih besar. Hal ini

menunjukkan bahwa transformasi e-business memberikan dampak positif terhadap peningkatan volume penjualan dan pendapatan digital UMKM.

Meskipun demikian, proses transformasi digital pada UMKM masih menghadapi berbagai tantangan. Rendahnya literasi digital menjadi salah satu hambatan utama dalam pemanfaatan sistem informasi manajemen. Sebagian pelaku usaha masih belum memahami penggunaan fitur-fitur digital secara optimal sehingga pemanfaatan teknologi belum berjalan secara maksimal. Selain itu, tingginya persaingan bisnis pada platform e-commerce membuat pelaku usaha harus mampu menciptakan inovasi dan strategi pemasaran yang lebih kreatif agar dapat bertahan di pasar digital.

Berdasarkan hasil pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa transformasi e-business melalui pemanfaatan sistem informasi manajemen pada UMKM pengguna e-commerce memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan digital usaha. Penggunaan teknologi digital membantu pelaku usaha meningkatkan efektivitas operasional, memperluas pasar, meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, serta memperbesar peluang peningkatan pendapatan usaha di era ekonomi digital.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Transformasi E-Business terhadap Peningkatan Pendapatan Digital melalui Sistem Informasi Manajemen pada UMKM Pengguna E-Commerce, dapat disimpulkan bahwa transformasi bisnis digital memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan dan peningkatan pendapatan UMKM. Perubahan sistem bisnis dari konvensional menuju digital membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas pemasaran, serta mempermudah proses transaksi bisnis. Pemanfaatan e-commerce dan sistem informasi manajemen juga membantu pelaku usaha dalam mengelola aktivitas bisnis secara lebih efektif melalui penggunaan fitur digital seperti pencatatan transaksi, pembayaran digital, pengelolaan stok barang, analisis penjualan, dan promosi online.

Selain itu, penggunaan strategi pemasaran digital melalui marketplace dan media sosial terbukti mampu meningkatkan jumlah pelanggan dan volume penjualan produk. Fitur promosi digital seperti potongan harga, flash sale, iklan digital, dan layanan interaksi online membantu produk lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas sehingga memberikan dampak terhadap peningkatan pendapatan digital UMKM. Penggunaan sistem informasi manajemen juga membantu pelaku usaha memperoleh informasi bisnis secara cepat dan akurat sehingga proses pengambilan keputusan usaha menjadi lebih efektif dan terarah.

Namun, dalam implementasinya masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi pelaku usaha, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan kemampuan penggunaan teknologi, serta tingginya persaingan bisnis pada platform e-commerce. Kendala tersebut menyebabkan sebagian UMKM belum mampu memanfaatkan teknologi digital dan sistem informasi manajemen secara optimal. Meskipun demikian, secara keseluruhan transformasi e-business melalui pemanfaatan sistem informasi manajemen mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan efektivitas operasional usaha, perluasan pasar, dan peningkatan pendapatan digital UMKM di era ekonomi digital.

Daftar Pustaka

- Amelia.C., Maulidaturrahmah., & S. Ramdani. (2024). Revenue dan Model Bisnis Umum E-Commerce. *Journal Transformation of Mandalika*, 5(12)
- Astuti, D. S., Hidayat, A., Pratama, R., & Iryani, J. (2025). Analysis of the role of information technology in driving digital transformation of UMKM in the digital economy era in Indonesia. *Aksiologi: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 5(2).

-
- Azizah, L., & Nasution, M. I. P. (2025). Pengaruh penggunaan sistem informasi manajemen berbasis digital pada usaha mikro kecil dan menengah. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 4(4).
- Cahyadi, L. C. R., Suryantari, E. P., & Murti, A. A. G. K. (2023). Analisis faktor kesiapan digital dalam melakukan adopsi digital pada UMKM. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 14(2), 354–364.
- Ghiffari, S. A., & Aryanto, J. (2026). Transformasi digital manajemen stok UMKM melalui implementasi sistem e-inventory mobile real-time. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 6(1).
- Fadillah, R., & Nurhayati, S. (2022). Pengaruh penerapan e-business terhadap perkembangan usaha di era digital. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 7(3), 210–218.
- Hardi, R., & Arifin, A. Z. (2023). Pengaruh information dan communication technology adoption serta digital transformation terhadap asset growth UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(3), 537–548.
- Kaswanti, F., Hasanah, N., & Kumbara, V. B. (2026). Evaluasi penerapan sistem informasi manajemen berbasis cloud dalam meningkatkan efisiensi operasional UMKM. *Journal of Science Education and Management Business*.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2021). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (16th ed.). Pearson.
- Maya, S., & Husda, A. P. (2024). Pengaruh e-commerce, pengetahuan akuntansi dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM. *eCo-Buss*, 6(3)
- Raehana, S. (2024). *Buku ajar metode penelitian kualitatif*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sabban, N. D. M., Sabban, Y. P., & Arnida. (2024). Peran sistem informasi manajemen dalam pengambilan keputusan bisnis UMKM berbasis e-commerce. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan Kewirausahaan*.
- Santoso; Grace Melisa; Indri Anastasia. (2022). Perancangan Website E-Commerce INEED.ID. *Jurnal Teknik Informatika*. 14(1).
- Silviawati, S., Wibawa, E. S., Wardani, N. A., Wahyuning, S., & Noviana, I. (2025). Peran e-commerce dalam transformasi digital UMKM Indonesia: Sebuah kajian literatur. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi (JRIME)*, 3(4).
- Subakti, H., Hurit, R. U., Eni, G. D., et al. (2023). *Metodologi penelitian kualitatif*. Media Sains Indonesia.
- Supriatna, A., Sunarsi, D., & Permatasari, R. I. (2025). *Buku ajar metode penelitian kualitatif*. Literasi Nusantara.
- Susanti, Y., & Frastika, N. A. (2025). Implementasi manajemen strategi digital dalam transformasi bisnis: Studi pada UMKM Indonesia. *JEDBUS (Journal of Economic and Digital Business)*, 2(1)
- Syamsuddin, N., Simbolon, G. A. H., Surni, S., et al. (2023). *Dasar-dasar metode penelitian kualitatif. Yayasan Hamjah Diha*.
- Utami, M., & Rizal, M. (2026). Factors That Influence The Value Of Regional Government Financial Reporting Information In North Sumatra Province. *International Journal of Islamic, Economic and Finance (IJIEF)*, 3(1), 40-56.
- Wijyantini, B., Arif, A., & Din, M. M. (2024). Inovasi keuangan digital: Mendorong pertumbuhan pendapatan UMKM kuliner di era normal baru. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(2).