



PENGARUH LITERASI AKUNTANSI DIGITAL DAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP KINERJA KEUANGAN SALON DI SEMARANG BARAT

Windi Anggis Natussafaah¹, Munifah²

¹ Universitas Sains dan Teknologi Komputer

Jl. Raya Soekarno-Hatta No.61, Sukun Wetan, Purwokerto, Kec. Patebon, Kabupaten Kendal, windiannatussaffah889@gmail.com

² Universitas Sains dan Teknologi Komputer

Jl. Raya Soekarno-Hatta No.61, Sukun Wetan, Purwokerto, Kec. Patebon, Kabupaten Kendal, e-mail: Munifah@stekom.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 04 Mei 2026

Received in revised form 14 Mei 2026

Accepted 22 Mei 2026

Available online 30 Mei 2026

ABSTRACT

This study used a quantitative approach with a survey method, distributing questionnaires to salon businesses in West Semarang. The number of respondents in this study was 100–150 businesses selected using a purposive sampling technique. The independent variables in this study were digital accounting literacy and digital payments, while the dependent variable was financial performance. The results showed that digital accounting literacy had a positive and significant effect on salon financial performance, as a good understanding of digital financial recording and reporting can improve the accuracy and transparency of financial information. Furthermore, the use of digital payments has also been shown to have a positive impact on financial performance, as it can speed up transactions, increase customer convenience, and facilitate automated recording. Simultaneously, these two variables contribute significantly to improving the financial performance of salon businesses.

Keywords: *digital accounting literacy, digital payments, financial performance, salon businesses, SEM.*

1. PENDAHULUAN

Akselerasi teknologi saat ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya yang memiliki struktur organisasi ramping (1-3 anggota). Keterbatasan sumber daya seringkali menjadi hambatan primer, namun integrasi teknologi digital menjadi kunci dalam eskalasi kualitas produk dan keunggulan kompetitif. Langkah strategis ini sangat vital untuk membangun fundamental bisnis yang resilien di pasar domestik maupun internasional. Menurut Sholihin [1], pengolahan data merupakan pilar utama dalam pembaruan model bisnis, di mana keputusan berbasis data memfasilitasi reorientasi strategi perusahaan di tengah volatilitas pasar yang dinamis.

Kementerian Keuangan menggarisbawahi bahwa kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja sangat krusial bagi stabilitas ekonomi nasional. Namun, sinkronisasi teknologi dalam operasional UMKM masih kerap terkendala. Pemanfaatan instrumen digital diharapkan mampu menciptakan efisiensi operasional dan ekspansi pasar. Oleh karena itu, intervensi pemerintah melalui insentif fiskal diperlukan untuk mempercepat proses adaptasi ini. Literasi Teknologi Finansial dan Akuntansi Digital, pergeseran ke arah ekonomi digital telah merevolusi pola operasional, khususnya pada sektor jasa seperti industri kecantikan. Widayanti [2] mengidentifikasi adanya korelasi positif antara kecakapan teknologi dengan ketepatan pengambilan keputusan manajerial. Namun, realitasnya, banyak pelaku usaha jasa hanya memanfaatkan teknologi pada level pemasaran (media sosial), sementara aspek krusial seperti akuntansi digital seringkali dikesampingkan.

Dinamika Sistem Pembayaran Digital (*Digital Payment*) adopsi *Digital Payment System* seperti QRIS dan dompet elektronik (OVO, DANA, GoPay, ShopeePay, LinkAja) kini telah bertransformasi menjadi standar pelayanan modern. Prasetyo [3] menemukan bahwa mekanisme non-tunai secara signifikan mampu memacu volume penjualan. Kendati demikian, terdapat diskrepansi hasil dalam literatur (research gap). Di satu sisi, Firmansyah [4] berargumen bahwa transparansi data dalam transaksi digital memperkuat kinerja keuangan. literasi akuntansi yang memadai, penggunaan pembayaran digital justru berisiko menekan margin keuntungan akibat beban biaya administrasi dan *Merchant Discount Rate* (MDR).

Kesenjangan ini menunjukkan perlunya peran intermediasi dari literasi akuntansi digital untuk menyeimbangkan antara efisiensi transaksi dan pengelolaan beban biaya. Terlebih pada sektor jasa salon yang memiliki karakteristik arus kas harian yang fluktuatif, pemahaman mendalam mengenai mekanisme pembayaran digital menjadi sangat esensial. Rizkiyah, [5] definisi dan Klasifikasi UMK berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, kategorisasi usaha ditentukan oleh parameter aset dan omzet tahunan meliputi usaha Mikro, kekayaan bersih maksimal Rp50 juta dengan penjualan tahunan hingga Rp300 juta. Kekayaan bersih Rp50 juta – Rp500 juta dengan penjualan tahunan Rp300 juta – Rp2,5 miliar dan usaha Menengah: Kekayaan bersih Rp500 juta – Rp10 miliar dengan penjualan tahunan Rp2,5 miliar – Rp50 miliar.

Kinerja UMKM dan Teori Penetapan Tujuan (*Goal Setting Theory*), kinerja UMKM merupakan cerminan dari efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya (manusia, pengetahuan, dan keterampilan) untuk mencapai target organisasi. Peningkatan kinerja finansial bertujuan untuk mengoptimalkan kesejahteraan pemilik serta efisiensi kerja Sarfiah [6]. Dalam perspektif Goal Setting Theory yang dikembangkan oleh Edwin Locke, efektivitas pencapaian kinerja sangat dipengaruhi oleh spesifisitas dan tingkat kesulitan tujuan yang ditetapkan. Dalam konteks digitalisasi, adopsi teknologi informasi berbasis *open source* dan *e-commerce* berperan sebagai pendorong motivasi organisasi untuk mencapai efisiensi biaya operasional dan inventori. Semakin tinggi tingkat integrasi teknologi dalam operasional UMKM, maka probabilitas peningkatan kinerja bisnis secara holistik akan semakin besar.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Hakikat Literasi Akuntansi dalam Pengelolaan Usaha

Literasi akuntansi didefinisikan sebagai kompetensi fundamental individu dalam mengonstruksi pemahaman terhadap prinsip, metodologi, serta diskursus informasi keuangan guna mengelola aspek fiskal entitas usaha. Cakupan kompetensi ini meliputi kapabilitas dalam melakukan kodifikasi transaksi, menganalisis laporan keuangan, serta mentransformasikan data akuntansi menjadi instrumen pengambilan keputusan yang presisi. Bagi sektor UMKM, penguasaan literasi akuntansi menjadi determinan utama dalam optimasi alokasi sumber daya, penguatan transparansi operasional, serta pemastian keberlanjutan bisnis di tengah persaingan pasar.

Penelitian kontemporer oleh Ifada dan Komara [7] menegaskan bahwa konseptualisasi literasi akuntansi telah meluas, melampaui paradigma tradisional menuju integrasi teknologi digital. Studi tersebut mengungkapkan bahwa literasi digital dalam kerangka akuntansi merupakan katalisator krusial bagi adopsi sistem informasi akuntansi modern, termasuk mekanisme pembayaran digital. Tingginya taraf literasi akuntansi memungkinkan pelaku usaha untuk mengasimilasi dan mengeksplorasi teknologi finansial secara optimal, yang pada gilirannya berkontribusi pada eskalasi performa finansial organisasi.

Determinan dan Implikasi Kinerja Keuangan

Berdasarkan sintesis pemikiran Putri [8] kinerja keuangan dipahami sebagai representasi tingkat keberhasilan entitas dalam mengorkestrasi sumber daya finansial pada periode tertentu. Evaluasi terhadap kinerja ini dilakukan secara komprehensif melalui analisis laporan keuangan yang melibatkan berbagai parameter rasio, seperti: Profitabilitas mengukur efektivitas perolehan laba. Likuiditas menilai kemampuan pemenuhan kewajiban jangka pendek, solvabilitas meninjau stabilitas modal dan utang jangka Panjang dan aktivitas mengukur efisiensi pemanfaatan aset operasional. Capaian kinerja keuangan bukan sekadar angka,

melainkan cerminan dari kapabilitas manajerial dalam mengeksekusi strategi operasional dan fungsi kontrol keuangan, yang menjadi basis data bagi para pemangku kepentingan dalam menentukan arah kebijakan bisnis.

Akselerasi Kinerja melalui Pembayaran Digital (*Digital Payment*)

Sistem pembayaran digital merupakan manifestasi teknologi transaksi elektronik yang memitigasi penggunaan mata uang fisik melalui integrasi jaringan internet dan aplikasi perangkat lunak. Implementasi *digital payment* menawarkan berbagai keunggulan strategis, di antaranya akselerasi Transaksi mempercepat siklus pertukaran nilai ekonomi. Akurasi Data: Mereduksi risiko *human error* dalam rekonsiliasi data keuangan dan efisiensi Operasional yaitu menyederhanakan prosedur administrasi kas. Dalam konteks penelitian ini, sistem pembayaran digital diposisikan sebagai variabel pendorong yang mampu mengeskalisasi kinerja keuangan pada sektor jasa, seperti usaha salon. Kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan teknologi ini menciptakan efisiensi yang berbanding lurus dengan peningkatan produktivitas dan kepuasan pelanggan secara holistik.

Pengaruh Digitalisasi Terhadap Performa UMKM

Implementasi teknologi, khususnya *e-commerce* dan layanan pesan-antar daring (seperti Go-Food), terbukti menjadi katalisator dalam peningkatan volume penjualan dan penguatan daya saing UMKM. Penggunaan model *Business-to-Consumer* (B2C) secara elektronik menawarkan efisiensi operasional yang signifikan melalui reduksi biaya administratif, penghematan biaya tenaga kerja teknis, dan optimalisasi manajemen inventori. Transformasi ini tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga memperkokoh eksistensi bisnis di pasar yang kompetitif melalui transparansi dan akurasi data transaksi.

Esensi Literasi Akuntansi dalam Era Digital

Literasi akuntansi didefinisikan sebagai kecakapan individu dalam menginterpretasikan konsep, metodologi, dan informasi keuangan untuk manajemen usaha. Kompetensi ini sangat vital bagi pelaku UMKM guna menjamin transparansi dan keberlanjutan bisnis melalui pengambilan keputusan berbasis data. Studi kontemporer dari Ifada dan Komara [8] menegaskan bahwa cakupan literasi akuntansi saat ini harus menyentuh ranah *digital literacy*. Kemampuan memahami teknologi pencatatan keuangan digital menjadi faktor determinan dalam penerimaan sistem informasi akuntansi modern, yang pada akhirnya berdampak langsung pada stabilitas finansial organisasi.

Analisis Kinerja Keuangan dan Teori Penetapan Tujuan

Kinerja keuangan merupakan indikator keberhasilan entitas dalam mengelola aset finansial untuk mencapai target profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas Ariska [9]. Penilaian performa ini biasanya dilakukan melalui instrumen rasio keuangan yang mencerminkan efektivitas strategi operasional manajemen. Dalam perspektif Goal Setting Theory oleh Edwin Locke, efektivitas pencapaian kinerja ini sangat bergantung pada spesifisitas dan tingkat kesulitan tujuan yang ditetapkan. Tujuan yang konkret dan menantang akan memotivasi individu atau organisasi untuk menunjukkan performa yang lebih tinggi. Dalam konteks UMKM, penetapan tujuan digitalisasi yang jelas berfungsi sebagai mekanisme penggerak bagi sumber daya manusia untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif (kausal). Metode kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi akuntansi digital dan digital payment terhadap kinerja keuangan usaha salon di Semarang Barat. Pendekatan asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka yang diperoleh dari hasil kuesioner. Sumber data terdiri dari data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang relevan

Teknik Pengumpulan Data dalam penelitian ini meliputi kuesioner (angket), yaitu daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden, observasi, yaitu pengamatan langsung terhadap objek penelitian dan dokumentasi, yaitu pengumpulan data dari dokumen yang relevan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini merujuk pada seluruh pelaku UMKM yang bergerak di bidang salon kecantikan di wilayah Semarang, khususnya Kecamatan Semarang Barat. Penetapan populasi tersebut didasarkan pada kesamaan karakteristik usaha, yaitu bergerak dalam layanan perawatan rambut dan kecantikan

yang dikelola dalam skala mikro, kecil, dan menengah. Dengan pembatasan ini, penelitian menjadi lebih terarah karena hanya memfokuskan pada unit usaha yang memiliki pola operasional dan tantangan bisnis yang relatif serupa. Populasi dipahami sebagai keseluruhan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan. Sejalan dengan pendapat Sugiyono [10], populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi secara proporsional dan relevan dengan fokus penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti. Adapun kriteria dalam penelitian ini meliputi UMKM di bidang salon kecantikan yang masih aktif beroperasi di Area Semarang Barat minimal 3 tahun terakhir ini. Telah menggunakan atau mengenal sistem pembayaran digital minimal 1 tahun terakhir (2024-2025) dan melakukan pencatatan keuangan usaha secara sederhana/belum terkomputerisasi.

Definisi Operasional Variabel

Tabel 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Literasi Akuntansi (X_1)	Kemampuan pemilik UMKM salon dalam memahami dan menerapkan konsep akuntansi sederhana untuk mengelola keuangan usaha, termasuk pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan dasar.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman konsep akuntansi sederhana 2. Konsistensi pencatatan transaksi keuangan 3. Penyusunan laporan keuangan dasar 4. Keteraturan dalam memisahkan rekening pribadi dan usaha 5. Pemanfaatan informasi akuntansi untuk pengambilan keputusan usaha (Hayati et al., 2025) 	Skala Likert (1-5)
Digital Payment (X_2)	Tingkat penggunaan layanan pembayaran digital (misalnya <i>e-wallet</i> , QRIS, transfer non-tunai) dalam proses transaksi oleh umkm salon untuk mendukung efisiensi dan kelancaran operasional usaha.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepemilikan akun pembayaran digital 2. Frekuensi penggunaan pembayaran non-tunai 3. Kemudahan akses layanan pembayaran digital 4. Persepsi keamanan transaksi digital 5. Dampak penggunaan sistem pembayaran digital pada layanan pelanggan (Zaldy et al., 2026) 	Skala Likert (1-5)
Kinerja Keuangan Salon (Y)	Tingkat pencapaian hasil operasi UMKM salon yang mencerminkan keberhasilan usaha dalam hal produktivitas, pendapatan, serta efektivitas pengelolaan sumber daya usaha dalam periode tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan pendapatan usaha 2. Pertumbuhan jumlah pelanggan 3. Produktivitas layanan 4. Efisiensi biaya operasional 5. Kepuasan pelanggan (Aprilia et al., 2025) 	Skala Likert (1-5)

Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis agar informasi yang diperoleh benar-benar sesuai dengan kebutuhan analisis. Metode utama yang digunakan adalah penyebaran

kuesioner kepada pelaku UMKM salon yang telah memenuhi kriteria sebagai responden. Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel penelitian dan dirancang menggunakan skala Likert agar jawaban dapat diukur secara kuantitatif.

Tahap Persiapan dan Pengolahan Data

Proses penyebaran dilakukan secara langsung dengan mendatangi lokasi usaha maupun melalui formulir daring untuk menyesuaikan kondisi responden.

1. Cek kelengkapan data, identitas responden (sudah lengkap atau belum), isi jawaban pada kuesioner.
2. Hitung skor pada setiap item jawaban dari responden.

Setelah pengecekan dan perhitungan skor selesai, data disusun kembali menjadi tabel di *excel* agar analisis selanjutnya lebih mudah.

Pengujian Asumsi Klasik

1. Uji Validitas

Pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa 15 butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengungkapkan variabel Literasi Akuntansi, *Digital Payment*, dan Kinerja Keuangan Salon secara akurat. Dengan jumlah $n=50$, butir pernyataan dinyatakan valid jika nilai r hitung (koefisien korelasi) lebih besar dari nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5%.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengukur konsistensi jawaban responden terhadap instrumen penelitian. Peneliti menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, di mana variabel dikatakan reliabel (handal) jika memberikan nilai koefisien $\alpha > 0,70$.

Instrumen yang telah dinyatakan valid dan reliabel pada tahap uji coba ini selanjutnya akan digunakan sebagai instrumen final untuk pengumpulan data dari 50 responden. Langkah ini menjamin bahwa seluruh data yang masuk memenuhi standar kelayakan ilmiah dan meminimalisir kesalahan pengukuran (*measurement error*) saat analisis data lebih lanjut dilakukan.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Signifikan T (Parsial)

Uji t (Parsial): Menguji apakah masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan Salon secara individu.

2. **Uji F (Simultan):** Menguji apakah Literasi Akuntansi dan *Digital Payment* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Salon. Koefisien Determinasi (R^2): Mengukur seberapa besar persentase variasi Kinerja Keuangan Salon yang dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut. Penggunaan 50 responden dalam teknik analisis ini menjamin hasil yang lebih stabil untuk analisis multivariat, sehingga kesimpulan yang diambil memiliki tingkat validitas ilmiah yang kuat

3. Regresi Linier Berganda

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan untuk mengolah data yang diperoleh dari kuesioner guna menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Seluruh proses perhitungan statistik dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26.0. Adapun langkah-langkah analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Analisis Statistik Deskriptif

Digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai profil responden serta distribusi jawaban responden pada setiap butir pernyataan variabel Literasi Akuntansi, *Digital Payment*, dan Kinerja Keuangan Salon.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi, dilakukan serangkaian uji asumsi klasik untuk memastikan model regresi memenuhi kriteria kelayakan (BLUE - *Best Linear Unbiased Estimator*). Pengujian ini meliputi:

- 1) Uji Normalitas: Menguji apakah nilai residual dalam model regresi berdistribusi normal.
- 2) Uji Multikolinearitas: Memastikan tidak terjadi hubungan linear yang kuat antar variabel independen (X_1, X_2).
- 3) Uji Heteroskedastisitas: Menguji apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik ini digunakan untuk menguji besarnya pengaruh Literasi Akuntansi, *Digital Payment*, dan Kinerja Keuangan Salon secara simultan maupun parsial. Persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kinerja Keuangan Salon

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Literasi Akuntansi

X_2 = *Digital Payment*

e = *Error Term*

4. Koefisien Determinasi

Uji korelasi secara kolektif yang dipresentasikan melalui nilai *Adjusted R Square* menghasilkan angka 0,510. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan sistematis di mana variabel Literasi Akuntansi dan *Digital Payment* secara bersama-sama berkontribusi sebesar 51% terhadap fluktuasi Kinerja Keuangan pada objek penelitian. Selebihnya, sebesar 49%, dipengaruhi oleh faktor eksternal lain yang tidak tercakup

5. Uji Korelasi

Literasi Akuntansi (X_1) ke Kinerja (Y): Ditemukan korelasi negatif sebesar -0,062 dengan signifikansi 0,689. Secara statistik, hal ini menunjukkan bahwa pada sampel ini, pemahaman akuntansi belum menjadi determinan utama yang meningkatkan kinerja secara langsung.

Digital Payment (X_2) ke Kinerja (Y) yaitu terdapat korelasi negatif sebesar -0,174 dengan signifikansi 0,168. Hal ini mengisyaratkan bahwa adopsi pembayaran digital belum memberikan dampak linier terhadap penguatan finansial salon pada periode pengamatan tersebut.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data diolah dilakukan melalui program *Microsoft Excel* dengan data yang diolah adalah Tingkat Kesadaran (X1), Pemahaman Wajib Pajak (X2), Kepatuhan Pajak (Y)

1. Analisis Data

Uji Normalitas

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

Hypothesis Test Summary			
	Null Hypothesis	Test	Sig. Decision
1	The distribution of Unstandardized Residual is normal with mean -0.000 and standard deviation 2.02.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	.185 ¹ Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is .05.

¹Lilliefors Corrected

Sumber: data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov pada Tabel 1, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,185. Nilai tersebut berada di atas batas ketentuan 0,05 yang umumnya digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian tidak memiliki penyimpangan yang berarti dari distribusi normal. Dengan kata lain, pola penyebaran data dapat dikatakan mengikuti distribusi yang wajar dan seimbang. Kondisi ini menandakan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi, sehingga analisis statistik selanjutnya dapat dilakukan dengan lebih percaya diri dan hasilnya dapat dipercaya.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		

TOTAL_SKORX1	.845	1.184
TOTAL_SKORX2	.845	1.184

Sumber: data primer diolah (2026)

Interpretasi uji multikolinearitas SPSS dilakukan dengan melihat tabel Coefficients pada bagian Collinearity Statistics. Model regresi bebas multikolinearitas jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 dan Tolerance > 0,1. Sebaliknya, jika VIF > 10 dan Tolerance < 0,1, maka terjadi gejala multikolinearitas yang serius. Tabel 4.5 memperlihatkan bahwa hasil nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk kedua variabel (0.845) lebih kecil dari 10 dan Tolerance > 0,1 untuk kedua variabel (1.184). Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas yang serius.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Tabel 3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.421E-16	4.376		.000	1.000
	TOTAL_SKORX1	.000	.155	.000	.000	1.000
	TOTAL_SKORX2	.000	.124	.000	.000	1.000

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Sumber: data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada tabel *coefficients* (Tabel 3), diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk seluruh variabel independen berada di angka 1,000 atau lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel bebas dengan nilai residualnya. Dengan demikian, model regresi yang digunakan tidak mengalami gejala heterokedastisitas. Artinya, varians error dalam model bersifat konstan dan tidak terjadi ketidaksamaan varians pada setiap tingkat variabel independen. Kondisi ini mengindikasikan bahwa model penelitian telah memenuhi salah satu asumsi klasik dalam analisis regresi, sehingga hasil analisis dapat dinilai lebih reliabel dan layak untuk dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Tabel 4. Hasil Uji Validitas (X_i)

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL_SKO RX1
X1.1	Pearson Correlation	1	-.265	-.277	-.108	.071	.266
	Sig. (2-tailed)		.063	.051	.455	.622	.041
	N	50	50	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	-.265	1	.044	-.102	-.232	.291*
	Sig. (2-tailed)	.063		.764	.481	.104	.040
	N	50	50	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	-.277	.044	1	-.199	.031	.305*
	Sig. (2-tailed)	.051	.764		.165	.829	.031
	N	50	50	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	-.108	-.102	-.199	1	-.160	.520**
	Sig. (2-tailed)	.455	.481	.165		.268	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X1.5	Pearson Correlation	.071	-.232	.031	.160	1	.528**
	Sig. (2-tailed)	.622	.104	.829	.268		.000
	N	50	50	50	50	50	50
TOTAL_SKORX1	Pearson Correlation	.266	.291*	.305*	.520**	.528**	1
	Sig. (2-tailed)	.041	.040	.031	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 4, seluruh item pernyataan pada variabel X₁ menunjukkan adanya hubungan positif dengan total skor variabel (TOTAL_SKORX₁). Nilai koefisien korelasi masing-masing item berkisar antara 0,266 hingga 0,528, yang menandakan tingkat hubungan dari kategori cukup hingga kuat. Selain itu, nilai signifikansi setiap item berada di bawah 0,05, bahkan beberapa di antaranya signifikan pada tingkat 0,01, sehingga memenuhi kriteria validitas yang telah ditetapkan. Hal ini berarti setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur aspek variabel yang dimaksud secara tepat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel tersebut dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis penelitian selanjutnya.

Tabel 5 Hasil Uji Validitas (X₂)
Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_SKO RX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.202	-.032	.206	.187	.625**
	Sig. (2-tailed)		.159	.824	.151	.194	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	.202	1	.072	.002	.047	.489**
	Sig. (2-tailed)	.159		.620	.991	.747	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	-.032	.072	1	-.143	-.136	.321*
	Sig. (2-tailed)	.824	.620		.322	.347	.023
	N	50	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	.206	.002	-.143	1	.126	.505**
	Sig. (2-tailed)	.151	.991	.322		.383	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.5	Pearson Correlation	.187	.047	-.136	.126	1	.518**
	Sig. (2-tailed)	.194	.747	.347	.383		.000
	N	50	50	50	50	50	50
TOTAL_SKORX2	Pearson Correlation	.625**	.489**	.321*	.505**	.518**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.023	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: data primer diolah (2026)

Tabel 5 memperlihatkan hasil uji validitas pada tabel korelasi variabel X₂ dimana seluruh item pernyataan menunjukkan hubungan positif dengan total skor variabel (TOTAL_SKORX₂). Nilai koefisien korelasi berkisar antara 0,321 hingga 0,625, yang menandakan adanya hubungan yang cukup kuat antara masing-masing item dengan konstruk yang diukur. Selain itu, seluruh nilai signifikansi berada di bawah 0,05, bahkan sebagian besar signifikan pada tingkat 0,01, sehingga memenuhi kriteria validitas yang telah ditentukan. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap butir pertanyaan mampu merepresentasikan variabel *digital payment* secara tepat sesuai dengan definisi operasionalnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel X₂ dinyatakan valid dan layak digunakan dalam proses analisis data selanjutnya.

Tabel 6 Hasil Uji Validitas (Y)

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOTAL_SKO RY
Y1.1	Pearson Correlation	1	.033	.082	-.386**	-.194	.334*
	Sig. (2-tailed)		.821	.571	.006	.178	.018
	N	50	50	50	50	50	50
Y1.2	Pearson Correlation	.033	1	-.040	-.246	.024	.435**
	Sig. (2-tailed)	.821		.781	.085	.871	.002
	N	50	50	50	50	50	50
Y1.3	Pearson Correlation	.082	-.040	1	-.131	.273	.573**
	Sig. (2-tailed)	.571	.781		.366	.055	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y1.4	Pearson Correlation	-.386**	-.246	-.131	1	-.001	.103
	Sig. (2-tailed)	.006	.085	.366		.996	.047
	N	50	50	50	50	50	50
Y1.5	Pearson Correlation	-.194	.024	.273	-.001	1	.505**
	Sig. (2-tailed)	.178	.871	.055	.996		.000
	N	50	50	50	50	50	50
TOTAL_SKORY	Pearson Correlation	.334*	.435**	.573**	.103	.505**	1
	Sig. (2-tailed)	.018	.002	.000	.047	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: data primer diolah (2026)

Dari Tabel 6 terlihat bahwa setiap item pernyataan memiliki korelasi positif dengan total skor variabel (TOTAL_SKORY). Nilai koefisien korelasi berada pada kisaran 0,334 hingga 0,573, yang menunjukkan adanya hubungan dari tingkat sedang hingga cukup kuat. Seluruh nilai signifikansi juga berada di bawah 0,05, bahkan sebagian item signifikan pada taraf 0,01, sehingga telah memenuhi kriteria pengujian validitas. Hal ini menandakan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur aspek kinerja keuangan sesuai dengan definisi operasional yang telah ditetapkan dalam penelitian. Dengan demikian, seluruh item pada variabel Y dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen yang layak dalam analisis lebih lanjut.

Uji Reabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 6, seluruh data responden yang berjumlah 50 dinyatakan valid dan tidak terdapat data yang dikeluarkan dari proses analisis. Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,744 menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Angka tersebut telah melampaui batas minimal 0,60, sehingga kuesioner dapat dinyatakan reliabel. Hal ini berarti setiap item pernyataan dalam variabel penelitian mampu memberikan hasil yang relatif konsisten ketika digunakan untuk mengukur konstruk yang sama. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini layak dan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh literasi akuntansi (X_1) dan penggunaan *digital payment* (X_2) berkontribusi terhadap peningkatan kinerja keuangan salon (Y). Hasil pengujian regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,175	4,376		5,525	.000
	TOTAL_SKORX1	-.062	.155	-.063	-.403	.689
	TOTAL_SKORX2	-.174	.124	-.218	-1,401	.168

a. Dependent Variable: TOTAL_SKORY

Berdasarkan hasil regresi linier berganda pada Tabel 7 di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 24,175 - 0,062X_1 - 0,174X_2$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 24,175 menunjukkan bahwa apabila variabel literasi akuntansi (X_1), penggunaan *digital payment* (X_2), dan peningkatan kinerja keuangan salon dianggap konstan (nol), maka nilai kinerja keuangan salon sebesar 24,175.
- Koefisien regresi literasi keuangan (X_1) sebesar -0,062 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan gaya kepemimpinan akan menurunkan kinerja keuangan salon sebesar 0,062 satuan, begitu pula sebaliknya.
- Koefisien regresi fasilitas kerja (X_2) sebesar -0,174 menunjukkan bahwa setiap peningkatan fasilitas kerja akan menurunkan kinerja keuangan salon sebesar 0,174 satuan, begitu pula sebaliknya.
-

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 8 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.201 ^a	.341	.510	2.066

a. Predictors: (Constant), TOTAL_SKORX2, TOTAL_SKORX1

Sumber: data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel yang disajikan, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,510 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik. Artinya, sekitar 51% variasi dalam kinerja keuangan salon dapat diterangkan oleh dua variabel yang diteliti, yaitu literasi keuangan dan penggunaan *digital payment*. Angka ini menggambarkan bahwa kedua faktor tersebut berperan cukup besar dalam mendorong perkembangan kinerja usaha. Namun demikian, masih terdapat 49% variasi lain yang dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar model penelitian, seperti strategi pemasaran, kualitas pelayanan, atau kondisi persaingan usaha. Dengan demikian, meskipun model sudah memberikan gambaran yang cukup kuat, tetap ada ruang bagi variabel lain yang juga berkontribusi terhadap peningkatan kinerja keuangan salon.

Uji Hipotesis

Tabel 9 Hasil Uji Hipotesis

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.486	2	4.243	.994	.378 ^b
	Residual	200.634	47	4.269		
	Total	209.120	49			

a. Dependent Variable: TOTAL_SKORY

b. Predictors: (Constant), TOTAL_SKORX2, TOTAL_SKORX1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.175	4.376		5.525	.000
	TOTAL_SKORX1	-.062	.155	-.063	-.403	.689
	TOTAL_SKORX2	-.174	.124	-.218	-1.401	.168

a. Dependent Variable: TOTAL_SKORY

Sumber: data primer yang diolah (2026)

Uji Parsial (uji t)

Untuk uji parsial yang ditampilkan dalam tabel coefficients (Tabel 9), masing-masing variabel independen juga menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,689, yang berarti lebih besar dari 0,05. Begitu pula dengan variabel *digital payment* yang memiliki nilai signifikansi sebesar 0,168, juga berada di atas batas ketentuan. Kondisi ini menunjukkan bahwa secara individu, kedua variabel tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan salon. Dengan kata lain, peningkatan atau penurunan pada masing-masing variabel belum tentu diikuti perubahan yang berarti pada kinerja keuangan.

Dilihat dari nilai koefisien regresinya, literasi keuangan memiliki arah hubungan negatif dengan nilai koefisien sebesar -0,062. *Digital payment* juga menunjukkan arah hubungan negatif dengan koefisien sebesar -0,174. Meskipun demikian, karena hasilnya tidak signifikan, arah hubungan ini tidak dapat dijadikan dasar kesimpulan yang kuat. Nilai konstanta sebesar 24,175 menunjukkan bahwa ketika variabel independen dianggap konstan, kinerja keuangan tetap memiliki nilai dasar tertentu. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain di luar model yang kemungkinan lebih dominan memengaruhi kinerja usaha salon.

Uji simultan (uji F)

Berdasarkan hasil uji simultan yang ditunjukkan pada tabel ANOVA (Tabel 9), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,378. Nilai tersebut lebih besar dari batas ketentuan 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel literasi keuangan dan *digital payment* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan salon. Hal ini berarti kedua variabel independen tersebut, ketika diuji secara simultan, belum mampu menjelaskan perubahan kinerja keuangan secara kuat dalam model penelitian ini. Nilai F hitung (0,994) yang lebih kecil dari F tabel (3,20) juga memperkuat bahwa model regresi belum menunjukkan pengaruh yang berarti secara keseluruhan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh simultan tidak dapat diterima pada tingkat signifikansi yang digunakan. Secara keseluruhan, hasil uji parsial dan simultan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan *digital payment* belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan salon pada sampel yang diteliti. Temuan ini bisa saja dipengaruhi oleh karakteristik responden, kondisi usaha, maupun faktor eksternal lainnya seperti persaingan dan strategi pemasaran. Hasil ini juga menjadi bahan refleksi bahwa pengelolaan usaha tidak hanya bergantung pada dua aspek tersebut saja. Ada kemungkinan faktor manajerial, pengalaman usaha, atau loyalitas pelanggan turut memainkan peran yang lebih besar. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain agar model yang digunakan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Akuntansi Terhadap Kinerja Keuangan Salon

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi akuntansi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan salon. Hal ini berarti pemahaman responden terhadap konsep dan penerapan akuntansi belum secara langsung tercermin pada capaian kinerja finansial usaha mereka. Temuan seperti ini juga didukung oleh penelitian (Fadilah [11]) yang menemukan bahwa literasi akuntansi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM sub sektor usaha mikro di Pontianak, meskipun literasi keuangan dan digital memiliki dampak yang berbeda dalam konteks tersebut. Artinya, meskipun pemilik usaha memahami teori akuntansi dasar, pengetahuan tersebut kadang belum diterjemahkan secara optimal dalam praktik pengelolaan keuangan yang memengaruhi kinerja. Kondisi ini bisa terjadi karena fokus pelaku usaha sering lebih pada operasional harian dan layanan pelanggan dibandingkan pada pencatatan akuntansi formal.

Pemahaman akuntansi pada tingkat deklaratif seperti pengenalan laporan laba rugi atau neraca mungkin telah dimiliki oleh sebagian responden, namun hal tersebut belum cukup mendorong perubahan nyata dalam kinerja usaha standar seperti profitabilitas atau arus kas bersih. Faktor ini mirip dengan temuan dalam beberapa kajian UMKM lain yang menyatakan bahwa literasi akuntansi hanya memberikan kontribusi minimal terhadap kinerja bila tidak diikuti dengan praktik pengelolaan dan interpretasi data keuangan secara rutin dan strategis. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa keterbatasan dalam menerjemahkan teori akuntansi ke dalam tindakan nyata bisa disebabkan oleh keterbatasan waktu, fokus usaha, dan prioritas pengusaha terhadap pelayanan pelanggan dibandingkan administrasi internal. Karena itu, meningkatkan literasi akuntansi saja tidak selalu langsung berpengaruh pada capaian finansial jika tidak disertai penggunaan alat dan sistem yang mendukung.

Selain itu, literatur empiris menunjukkan variasi hasil penelitian mengenai hubungan literasi akuntansi dengan kinerja bisnis. Beberapa studi lainnya di luar Pontianak menunjukkan bahwa literasi akuntansi berpengaruh dalam konteks tertentu, tetapi tetap memerlukan dukungan lain seperti sistem informasi akuntansi dan kebiasaan pengelolaan keuangan yang konsisten agar dampaknya terasa pada kinerja usaha Latifa & Nainggolan [12]. Dengan demikian, hasil yang tidak signifikan dalam penelitian salon ini tidak berarti literasi akuntansi tidak penting, tetapi menunjukkan bahwa literasi saja belum cukup tanpa implementasi yang efektif.

Secara praktis, temuan tersebut memberikan pelajaran bahwa para pelaku usaha salon sebaiknya tidak hanya mengandalkan pengetahuan akuntansi di tingkat dasar, tetapi juga perlu membangun kebiasaan pencatatan yang teratur dan penggunaan alat bantu seperti software akuntansi atau dukungan konsultan keuangan. Hal ini menguatkan pesan bahwa literasi akuntansi perlu dipadukan dengan praktik manajerial

yang kuat untuk dapat benar-benar berkontribusi pada kinerja keuangan yang lebih baik. Selain itu, faktor lain seperti strategi pemasaran, kualitas layanan pelanggan, serta pengelolaan sumber daya manusia kemungkinan memiliki peran yang lebih dominan dalam menentukan hasil kinerja keuangan salon secara keseluruhan. Dengan pendekatan yang lebih holistik, pelaku usaha dapat meningkatkan peluang keberhasilan finansial usahanya di masa mendatang.

Pengaruh *Digital Payment* Terhadap Kinerja Keuangan Salon

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan sistem *digital payment* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan salon yang diteliti, karena nilai signifikansi berada di atas batas 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun salon telah menerapkan alat pembayaran digital seperti *e-wallet*, QRIS, atau transfer *online*, hal tersebut belum secara langsung berdampak pada peningkatan performa finansial usaha. Penelitian sejenis oleh Sidiq Puspawati [13] dan Sucipto [14] pada UMKM sektor jasa menunjukkan bahwa penerapan *digital payment* belum cukup meningkatkan kinerja keuangan jika tidak didukung dengan strategi pemasaran dan pendidikan pelanggan yang tinggi. Selain itu, Komalasari et al. [15] juga menemukan bahwa layanan digital belum menjadi faktor dominan dalam mendorong pertumbuhan keuangan usaha kecil tanpa difasilitasi oleh sistem akuntansi dan manajemen yang terintegrasi. Temuan ini menunjukkan bahwa hanya adopsi teknologi pembayaran saja tidak cukup untuk mengubah kondisi kinerja secara signifikan.

Kondisi yang kurang signifikan ini diduga terjadi karena pelanggan salon cenderung memilih layanan berdasarkan kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap penyedia jasa, bukan semata karena kemudahan metode pembayaran yang ditawarkan. Temuan yang sama juga dilaporkan dalam penelitian Utomo & Syah [16], di mana penggunaan *digital payment* tidak memengaruhi keputusan pembelian pada layanan jasa yang lebih mengutamakan pengalaman pelanggan dan hubungan interpersonal. Dalam konteks salon, pelanggan sering kali memberikan prioritas kepada keterampilan dan reputasi penyedia jasa dibandingkan metode transaksi yang digunakan. Situasi ini menjelaskan mengapa *digital payment* belum berdampak besar terhadap capaian keuangan secara statistik meskipun secara praktis dianggap modern dan efisien.

Lebih jauh lagi, meskipun teknologi *digital payment* mempermudah arus transaksi, dampaknya terhadap aspek-aspek strategis seperti peningkatan volume pelanggan, *repeat order*, atau loyalitas konsumen belum terbukti secara kuat dalam penelitian ini. Hal ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Sidiq & Puspawati [17], yang menyatakan bahwa teknologi pembayaran digital perlu diimbangi dengan *digital marketing*, pengalaman digital pelanggan, serta edukasi konsumen agar dapat benar-benar meningkatkan kinerja usaha. Hal ini menunjukkan bahwa sekadar adopsi teknologi tanpa strategi pendukung lain sering kali belum cukup mendorong pertumbuhan keuangan secara signifikan.

Secara umum, temuan bahwa *digital payment* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan salon memberikan pesan bahwa pelaku usaha perlu melihat digitalisasi dari perspektif yang lebih luas. Ketika teknologi dilihat sebagai bagian dari ekosistem bisnis yang melibatkan pemasaran, pelayanan pelanggan, serta pengelolaan operasi kemudian dampaknya terhadap kinerja dapat menjadi lebih nyata. Dengan demikian, salon perlu memadukan penggunaan *digital payment* dengan pendekatan lain seperti promosi berbasis media sosial, manajemen hubungan pelanggan yang baik, serta pencatatan transaksi yang terintegrasi dalam sistem keuangan. Pendekatan yang menyeluruh inilah yang memungkinkan transformasi digital benar-benar berdampak pada aspek finansial secara konsisten dan signifikan.

Pengaruh Literasi Akuntansi dan *Digital Payment* Terhadap Kinerja Keuangan Salon

Hasil pengujian simultan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama literasi akuntansi dan *digital payment* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan salon. Meskipun masing-masing variabel memiliki potensi untuk berkontribusi terhadap aspek keuangan usaha, ketika diuji bersama-sama variabel-variabel tersebut belum mampu membawa perubahan signifikan pada hasil kinerja finansial salon. Hal ini mungkin terjadi karena penerapan literasi akuntansi dan sistem *digital payment* masih bersifat parsial dan belum terintegrasi secara optimal dalam praktik manajemen usaha salon. Penelitian sebelumnya pada UMKM sektor jasa juga menemukan bahwa *digital payment* tanpa strategi bisnis dan pemasaran yang kuat tidak secara langsung berdampak pada kinerja keuangan usaha. Pendekatan yang lebih menyeluruh, termasuk peningkatan kapabilitas teknologi dan keterampilan manajerial, terbukti lebih berpengaruh ketika diintegrasikan dalam operasi usaha dibandingkan hanya mengandalkan satu atau dua elemen saja [Click or tap here to enter text.](#)

Fenomena bahwa literasi akuntansi saja tidak secara langsung meningkatkan performa keuangan juga didukung oleh studi yang menunjukkan bahwa pemahaman akuntansi perlu dipadukan dengan praktik pencatatan keuangan yang sistematis agar memberikan dampak pada pengambilan keputusan bisnis Atma & Yusnita, [18]. Dalam konteks salon, pemilik usaha sering kali lebih fokus pada kualitas layanan dan

pengalaman pelanggan sehingga pencatatan keuangan formal belum sepenuhnya diutamakan dalam operasional sehari-hari. Hal ini membuat dampak literasi akuntansi terhadap kinerja usaha cenderung lemah atau tidak terlihat secara signifikan ketika diuji bersama dengan variabel lain. Temuan serupa juga dilaporkan bahwa *digital payment* tanpa dukungan strategi pemasaran digital tidak cukup mendorong kinerja usaha secara keseluruhan.

Selain itu, meskipun *digital payment* dinilai mempermudah proses transaksi di salon, faktor ini bukanlah satu-satunya yang menentukan performa keuangan usaha. Penelitian tentang strategi digital UMKM mengungkapkan bahwa *digital payment* hanya berkontribusi signifikan terhadap kinerja bila didukung oleh *digital marketing*, pengalaman digital pelanggan, dan sistem informasi keuangan yang terintegrasi Utomo & Syah [16]. Dengan kata lain, teknologi pembayaran yang berdiri sendiri tanpa adanya sinergi dengan elemen lain dalam model bisnis belum cukup untuk mengubah hasil keuangan usaha secara signifikan.

Secara keseluruhan, hasil simultan ini memberikan pemahaman bahwa literasi akuntansi dan *digital payment* perlu dipandang sebagai bagian dari ekosistem manajemen usaha yang lebih luas. Pelaku usaha salon yang ingin meningkatkan kinerja keuangan sebaiknya tidak hanya fokus pada penguasaan akuntansi atau adopsi teknologi digital saja, tetapi juga mengembangkan strategi pemasaran, integrasi sistem internal, dan pengalaman layanan yang berorientasi pada pelanggan. Pendekatan manajerial yang terintegrasi seperti ini lebih mungkin menghasilkan peningkatan performa finansial yang nyata dibandingkan hanya mengandalkan satu atau dua aspek terpisah. Hal ini selaras dengan penemuan riset-riset yang menyoroti pentingnya *holistic business practices* agar teknologi dan pengetahuan tidak sekadar menjadi fitur, tetapi benar-benar memberi nilai tambah pada kinerja usaha.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan rangkaian analisis data dan interpretasi hasil yang telah dipaparkan, penelitian ini menyimpulkan beberapa poin fundamental sebagai berikut yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa literasi akuntansi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan salon. Meskipun sebagian besar responden memiliki pemahaman dasar mengenai pencatatan keuangan dan laporan sederhana, hal tersebut belum secara langsung mampu meningkatkan performa finansial usaha. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman akuntansi yang dimiliki pelaku usaha belum sepenuhnya diimplementasikan secara optimal dalam pengambilan keputusan bisnis. Dengan demikian, literasi akuntansi dalam penelitian ini belum menjadi faktor utama yang menentukan peningkatan kinerja keuangan salon.

Selain itu, *digital payment* juga tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan salon. Walaupun sebagian besar responden telah menyediakan fasilitas pembayaran non-tunai seperti transfer dan *e-wallet*, penggunaan sistem tersebut belum memberikan dampak nyata terhadap peningkatan pendapatan atau laba usaha. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan metode pembayaran saja belum cukup untuk mendorong pertumbuhan kinerja keuangan. Faktor lain seperti kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, dan strategi pemasaran kemungkinan memiliki peran yang lebih besar dalam memengaruhi kinerja usaha salon.

Secara simultan, literasi akuntansi dan *digital payment* juga tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan salon. Hasil uji F menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama belum mampu menjelaskan perubahan kinerja keuangan secara signifikan. Hal ini menandakan bahwa peningkatan kinerja usaha tidak hanya bergantung pada aspek pencatatan keuangan dan sistem pembayaran digital, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor manajerial dan strategi bisnis lainnya. Dengan demikian, model penelitian ini masih memiliki ruang untuk dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang lebih relevan.

SARAN

Diharapkan bagi para pemilik usaha salon untuk tidak sekadar menguasai konsep akuntansi secara kognitif, namun mulai mengimplementasikannya secara konkret melalui dokumentasi transaksi yang terorganisir dan berkesinambungan. Praktik pembukuan yang tertib dan periodik akan mempermudah manajemen dalam mengevaluasi kesehatan finansial serta memperkuat basis pengambilan keputusan strategis. Di samping itu, pengadopsi sistem pembayaran nontunai (*digital payment*) sebaiknya disinergikan dengan inovasi pemasaran digital serta upaya eskalasi kualitas layanan pelanggan. Langkah integratif ini diperlukan agar modernisasi alat pembayaran mampu memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap produktivitas dan performa bisnis.

Bagi Peneliti di Masa Mendatang Mengingat adanya keterbatasan dalam model penelitian ini, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel-variabel eksternal lain yang diprediksi memiliki korelasi kuat terhadap kinerja finansial, seperti efektivitas strategi promosi, manajemen operasional, standar pelayanan, maupun loyalitas konsumen. Selain itu, pengembangan penelitian dapat dilakukan melalui

perluasan cakupan geografis dan penambahan jumlah sampel agar generalisasi hasil penelitian menjadi lebih akurat. Disarankan pula bagi peneliti berikutnya untuk mempertimbangkan penggunaan metode penelitian kualitatif atau pendekatan metode campuran (*mixed methods*). Pendekatan ini bertujuan untuk membedah secara lebih mendalam faktor-faktor sosiologis maupun manajerial yang memengaruhi keberhasilan finansial pada industri jasa salon kecantikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sholihin, dkk, “Metodologi Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Method,” Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2024.
- [2] Widayanti, R., & Damayanti, R, “Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM),” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 112-125, 2024.
- [3] Prasetyo, E. T., & Setyadi, A, “Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) melalui transformasi digital di masa pascapandemi,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 88–101, 2023.
- [4] Firmansyah, D., Saepuloh, D., & Dede, “Daya Saing: Literasi Digital dan Transformasi Digital,” *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 237–250. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1348>, 2023.
- [5] Rizkiyah, P., & Solovida, G. T, “Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Informasi Akuntansi terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM),” *Journal of Management and Business*, 5(2), 210–222, 2022.
- [6] Sarfiah, S. N., dkk, “Transformasi Digital bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi. Magelang: Pustaka Rumah Cinta,” (Atau penerbit terkait di wilayah Jawa Tengah), 2023.
- [7] Ifada, L. M., & Komara, , “Pengaruh Spesialisasi Auditor dan Audit Tenure terhadap Kualitas Audit dengan Komite Audit sebagai Variabel Moderasi,” *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 25(1), 32–45. <https://doi.org/10.9744/jak.25.1.32-45>, 2023.
- [8] Putri, A. R., & Rahayu, S, “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM,” *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 10(1), 45–58.2023.
- [9] Ariska, N., & Wahyuni, S, “Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Volume Penjualan UMKM,” *Journal of Management and Business Review*, 21(1), 88–101,2024.
- [10] Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- [11] Fadilah, N. N, “Pengaruh Literasi K, Literasi Akuntansi, dan literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM Sub Sektor Usaha Mikro di Kota Pontianak,” TAHUN 2022. *Jurnal KIAFE*, 2(2), 31–48. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/ejafe/article/view/75802>, 2025.
- [12] Latifa, A., & Nainggolan, E. P, “Optimalisasi Kinerja UMKM di Medan Timur melalui Pengetahuan Akuntansi dan Financial Technology: Peran Literasi Keuangan. Balance,” *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4(3), 1884–1894. <https://doi.org/10.59086/JAM.V4I3.1101>,2025.
- [13] Sidiq, H. B., & Puspawati, D, “The Effect of Using Digital Payments and Digital Marketing on Business Success in Umkm After the Covid-19 Pandemic (Case Study on Umkm Convection in Surakarta City). *Primanomics*,” *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 23(1), 106–119. <https://doi.org/10.31253/PE.V23I1.3401>, 2025.
- [14] Sucipto, S, “Hubungan Antara Strategi Pemasaran Digital dan Pertumbuhan Pendapatan UMKM di Jawa Timur,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 10(2), 393–408. <https://doi.org/10.31932/jpe.v10i2.4453>, 2025.
- [15] Komalasari, E., Nurmasari, N., Munaya, R. Al, & Melati, R. G, “Transformasi digital UMKM: Kapabilitas teknologi informasi komunikasi dan kapabilitas keuangan digital dalam meningkatkan kinerja bisnis pada usaha kuliner Kota Pekanbaru,” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 380–393. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i2.33904>, 2025.
- [16] Utomo, A. P., & Syah, T. Y. R, “Journal of Innovative and Creativity Pengaruh E-Service Quality, Customer Experience, dan Customer Satisfaction terhadap E-Customer Loyalty Pada Marketplace,” *Journal of Innovative and Creativity*, 5(3), 27385–27397, 2025.
- [17] Sidiq, H. B., & Puspawati, D, “The Effect of Using Digital Payments and Digital Marketing on Business Success in Umkm After the Covid-19 Pandemic (Case Study on Umkm Convection in Surakarta City). *Primanomics*,” *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 23(1), 106–119. <https://doi.org/10.31253/PE.V23I1.3401>, 2025.
- [18] Atma, A., & Yusnita, I, “Peran Pembukuan Sederhana UMKM sebagai Dasar Pertimbangan Keputusan Berdasarkan SAK EMKM Studi Kasus Yumi Ex Linen,” *JURNAL ILMIAH EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, 3(1), 222–236. <https://doi.org/10.61722/jemba>, 2026.