

Pengaruh Perspektif Keuangan, *Customer* dan Proses Bisnis Terhadap Kinerja UMKM Kuliner

Depi Hasrat Waruwu^{1*}, Nurhayati²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Indonesia

*E-kail: depihasratwaruwu@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 10-06-2026

Revision: 30-06-2026

Published: 12-07-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v4i1.524

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, sebagian besar UMKM masih mengukur keberhasilan usaha berdasarkan aspek keuangan sehingga belum menggambarkan kondisi usaha secara menyeluruh. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh perspektif keuangan, perspektif *Customer*, dan perspektif proses bisnis internal terhadap kinerja UMKM kuliner di kawasan Pajak USU Medan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 45 pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial perspektif *Customer* dan perspektif proses bisnis internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, sedangkan perspektif keuangan tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan pelanggan dan efektivitas proses bisnis internal menjadi faktor utama dalam meningkatkan kinerja UMKM kuliner.

Kata Kunci: *Balanced Scorecard*, Perspektif Keuangan, Perspektif *Customer*, Perspektif Proses Bisnis, Kinerja UMKM.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are a sector that plays a crucial role in boosting national economic growth. However, most MSMEs still measure business success based on financial aspects alone, which does not provide a comprehensive picture of their business conditions. This study aims to analyze the influence of the financial perspective, the Customer perspective, and the internal business process perspective on the performance of culinary MSMEs in the Pajak USU area of Medan. The study employed a quantitative approach using a survey method involving 45 SME operators selected through purposive sampling. Data were collected via a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with the aid of SPSS. The results indicate that, individually, the Customer perspective and the internal business process perspective have a positive and significant effect on SME performance, whereas the financial perspective does not have a significant effect. Simultaneously, all three independent variables had a significant effect on SME performance. The results indicate that

Acknowledgment

improving the quality of Customer service and the effectiveness of internal business processes are key factors in enhancing the performance of culinary SMEs.

Key word: *Balanced Scorecard, Financial Perspective, Customer Perspective, Business Process Perspective, MSME Performance*

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat ketahanan ekonomi nasional. Perkembangan UMKM yang semakin pesat menyebabkan persaingan usaha menjadi semakin tinggi sehingga pelaku usaha dituntut untuk meningkatkan kinerja usahanya.

Pengukuran kinerja UMKM selama ini lebih banyak menggunakan indikator keuangan, seperti laba dan omzet penjualan. Padahal, menurut (Mawuntu & Aotama, 2022), keberhasilan suatu organisasi tidak hanya diukur dari aspek keuangan tetapi juga dipengaruhi oleh perspektif pelanggan dan proses bisnis internal. *Balanced Scorecard* memberikan pendekatan yang lebih komprehensif dalam mengukur keberhasilan organisasi melalui empat perspektif, yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan (Indrayani & Rashied, 2023)

UMKM kuliner di kawasan Pajak USU Medan menghadapi berbagai tantangan, seperti meningkatnya persaingan, perubahan perilaku konsumen, serta perkembangan teknologi. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan, efektivitas proses operasional, serta pengelolaan keuangan yang baik agar mampu meningkatkan kinerja usaha..

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan *Balanced Scorecard* mampu meningkatkan kinerja UMKM, namun masih ditemukan hasil yang berbeda mengenai pengaruh masing-masing perspektif terhadap kinerja usaha (Ma'rifat, Suraharta, 2024). Oleh karena itu penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh perspektif keuangan, perspektif *Customer*, dan perspektif proses bisnis internal terhadap kinerja UMKM kuliner di Pajak USU Medan.

METODE PENELITIAN

Sumber data merupakan segala informasi yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder (Anjarwati, S.E., M.Ak, 2024).

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menggunakan kuesioner yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dalam UMKM kuliner tersebut (Hardani, 2020).

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi dalam penelitian adalah keseluruhan objek maupun subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan peneliti. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Lokasi penelitian berada di kawasan Pajak USU Medan selama lima bulan. Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder yang berasal dari buku, jurnal, serta penelitian terdahulu.

Populasi penelitian berjumlah 45 pelaku UMKM kuliner yang telah menjalankan usaha minimal satu tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin. Variabel penelitian terdiri atas Perspektif keuangan (X_1), Perspektif *Customer* (X_2), Perspektif proses bisnis (X_3) dan Kinerja UMKM (Y).

Analisis data dilakukan menggunakan SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Model regresi yang digunakan adalah:

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah Responden	Presentase
Laki-laki	9	20%
Perempuan	36	80%
Total	45	100%

Sumber: SPSS(2026)

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Jumlah Responden	Presentase
15-20	6	13%
21-25	36	80%
26-30	3	7%
Total	45	100%

Sumber: SPSS(2026)

Penelitian ini melibatkan 45 responden yang sebagian besar merupakan perempuan, yaitu sebanyak 36 orang (80%), sementara responden laki-laki berjumlah 9 orang (20%). Berdasarkan kelompok usia, mayoritas responden berada pada rentang 21–25 tahun dengan jumlah 36 orang (80%). Selain

itu, terdapat 6 responden (13%) yang berusia 15–20 tahun dan 3 responden (7%) yang berusia 26–30 tahun. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari kelompok usia dewasa muda yang umumnya berada pada masa produktif dan aktif dalam menjalankan kegiatan usaha.

Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	X1	X1.1	0,942	0,294	Valid
2	X1	X1.2	0,95	0,294	Valid
3	X1	X1.3	0,955	0,294	Valid
4	X1	X1.4	0,956	0,294	Valid
5	X1	X1.5	0,948	0,294	Valid
6	X2	X2.1	0,931	0,294	Valid
7	X2	X2.2	0,935	0,294	Valid
8	X2	X2.3	0,929	0,294	Valid
9	X2	X2.4	0,937	0,294	Valid
10	X2	X2.5	0,882	0,294	Valid
11	X3	X3.1	0,894	0,294	Valid
12	X3	X3.2	0,918	0,294	Valid
13	X3	X3.3	0,95	0,294	Valid
14	X3	X3.4	0,912	0,294	Valid
15	X3	X3.5	0,856	0,294	Valid
16	Y	Y1	0,861	0,294	Valid
17	Y	Y2	0,766	0,294	Valid
18	Y	Y3	0,87	0,294	Valid
19	Y	Y4	0,716	0,294	Valid
20	Y	Y5	0,82	0,294	Valid
21	Y	Y6	0,863	0,294	Valid
22	Y	Y7	0,685	0,294	Valid

Sumber: SPSS (2026)

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini kriteria validitas: Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,294) dinyatakan valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (0,294) dinyatakan tidak valid. Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap 22 item pernyataan yang diisi oleh 45 responden, diperoleh hasil bahwa seluruh item dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r_{hitung} pada setiap indikator yang lebih tinggi dibandingkan nilai r_{tabel} sebesar 0,294. Dengan demikian, seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini layak dan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Kategori	Keterangan
1	X1	5	0,948	> 0,60	Sangat Tinggi	Reliabel
2	X2	5	0,951	> 0,60	Sangat Tinggi	Reliabel
3	X3	5	0,931	> 0,60	Sangat Tinggi	Reliabel
4	Y	7	0,949	> 0,60	Sangat Tinggi	Reliabel

Sumber: SPSS (2026)

Seluruh variabel menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60, bahkan sebagian besar berada di atas 0,90. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik, sehingga dapat digunakan secara layak dan konsisten untuk mengumpulkan data penelitian.

Uji Parsial

**Tabel 5. Hasil Uji Parsial (t)
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.969	1.528		1.943	.059
	Total (X1)	-.189	.148	-.150	-1.283	.207
	Total (X2)	.525	.131	.452	4.017	.000
	Total (X3)	.894	.206	.647	4.342	.000

a. Dependent Variable: Total (Y)

Sumber:SPSS (2026)

Persamaan regresi linear yang diperoleh adalah:

$$Y = 2,969 - 0,189 X_1 + 0,525 X_2 + 0,894 X_3$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 2,969 menunjukkan tingkat Kinerja UMKM ketika variabel Perspektif Keuangan (X1), Perspektif *Customer* (X2), dan Perspektif Proses Bisnis (X3) dianggap tidak memiliki nilai atau bernilai nol. Pada kondisi tersebut, Kinerja UMKM diperkirakan berada pada angka 2,969.
- Koefisien regresi Perspektif Keuangan (X1) sebesar -0,189 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada Perspektif Keuangan cenderung menyebabkan penurunan Kinerja UMKM sebesar 0,189 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- Koefisien regresi Perspektif *Customer* (X2) sebesar 0,525 mengindikasikan bahwa peningkatan satu satuan pada Perspektif *Customer* akan mendorong kenaikan Kinerja UMKM sebesar 0,525 satuan. Adapun
- Koefisien regresi Perspektif Proses Bisnis (X3) sebesar 0,894 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada Perspektif Proses Bisnis akan meningkatkan Kinerja UMKM sebesar 0,894 satuan, dengan asumsi faktor-faktor lainnya tidak berubah.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Detreminasi (R)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.937 ^a	.878	.869	2.041

a. Predictors: (Constant), Total (X3), Total (X2), Total (X1)

b. Dependent Variable: Total (Y)

Sumber: SPSS (2026)

Nilai R Square sebesar 0,878 menunjukkan bahwa variabel Perspektif Keuangan (X1), Perspektif *Customer* (X2), dan Perspektif Proses Bisnis (X3) mampu menjelaskan 87,8% perubahan atau variasi Kinerja UMKM. Sementara itu, 12,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan atau tidak dibahas dalam model penelitian ini

Uji Simultan

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.229.263	3	409.754	98.396	.000 ^b
	Residual	170.737	41	4.164		
	Total	1.400.000	44			

a. Dependent Variable: Total (Y)

b. Predictors: (Constant), Total (X3), Total (X2), Total (X1)

Sumber: SPSS (2026)

Hipotesis simultan dalam penelitian ini adalah:

H₄: Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai F hitung sebesar 98,396, yang lebih besar dibandingkan F tabel sebesar 2,83. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,000 berada di bawah batas ketentuan 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel X1, X2, dan X3 secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. Oleh karena itu, hipotesis keempat (H4) dinyatakan diterima.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, perspektif keuangan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,207, yang berarti lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Selain itu, koefisien regresi yang diperoleh sebesar -0,189 mengindikasikan adanya hubungan negatif antara perspektif keuangan dan kinerja UMKM kuliner di Pajak USU. Namun, karena nilai signifikansinya melebihi 0,05, hubungan tersebut tidak terbukti signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perspektif keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner di Pajak USU. Kondisi

ini diduga terjadi karena sebagian besar UMKM di bidang kuliner masih menerapkan pengelolaan keuangan yang sederhana dan belum didukung oleh sistem pencatatan yang tertata dengan baik. Akibatnya, informasi keuangan yang tersedia belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai dasar dalam mengambil keputusan bisnis.

Dalam konsep *Balanced Scorecard*, perspektif keuangan dipandang sebagai indikator yang mencerminkan hasil akhir dari berbagai aktivitas bisnis yang telah dilaksanakan. Perspektif ini menunjukkan sejauh mana strategi dan kegiatan operasional yang diterapkan mampu menghasilkan kinerja keuangan yang diharapkan, sehingga dapat digunakan untuk menilai keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan bisnisnya (Mawuntu & Aotama, 2022)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perspektif *Customer* (pelanggan) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, dengan koefisien regresi sebesar 0,525. perspektif pelanggan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner di Pajak USU, hasil tersebut menegaskan bahwa perspektif *Customer* memiliki peran yang sangat penting sebagai aset utama dalam menjaga keberlangsungan usaha sekaligus mendorong pertumbuhan bisnis UMKM kuliner (Adi et al., 2024)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perspektif proses bisnis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner di Pajak USU. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta koefisien regresi sebesar 0,894. Selain itu, nilai koefisien tersebut merupakan yang tertinggi dibandingkan dengan variabel lainnya. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa proses bisnis internal memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja UMKM kuliner.

Berdasarkan hasil Uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 98,396 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa perspektif keuangan, perspektif *Customer*, dan perspektif proses bisnis internal secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner yang berada di Pajak USU.

Hasil penelitian ini mendukung konsep *Balanced Scorecard* yang menekankan bahwa keberhasilan suatu usaha tidak dapat dinilai hanya dari satu aspek saja. Kinerja UMKM merupakan hasil dari keterkaitan berbagai faktor yang saling memengaruhi dan mendukung satu sama lain.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kinerja UMKM kuliner di Pajak USU lebih banyak ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola hubungan dengan pelanggan serta menjalankan proses bisnis internal secara efektif, dibandingkan jika hanya berfokus pada aspek keuangan

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh perspektif keuangan, perspektif *Customer*, dan perspektif proses bisnis internal terhadap kinerja UMKM kuliner yang berada di kawasan Pajak USU Medan dengan menggunakan pendekatan *Balanced Scorecard*. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi $Y = 2,969 - 0,189X_1 + 0,525X_2 + 0,894X_3 + e$. Persamaan tersebut menggambarkan bahwa kinerja UMKM dipengaruhi oleh ketiga variabel yang diteliti, yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, dan perspektif proses bisnis internal, dengan besarnya pengaruh masing-masing variabel sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien regresinya.

Dapat disimpulkan dalam penelitian menunjukkan bahwa perspektif keuangan, perspektif pelanggan (*Customer*), dan perspektif proses bisnis internal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Temuan ini didukung oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,878, yang berarti bahwa 87,8% perubahan atau variasi kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh ketiga perspektif tersebut. Sementara itu, sisanya sebesar 12,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian ini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penerapan *Balanced Scorecard* mampu memberikan penilaian kinerja yang lebih menyeluruh dan komprehensif dibandingkan dengan pengukuran yang hanya berfokus pada aspek keuangan.

Bagi pelaku UMKM kuliner di pajak USU sebaiknya lebih memfokuskan upaya pada peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan serta mengoptimalkan efektivitas proses operasional agar kinerja usaha dapat terus meningkat, bagi Pemerintah dan Instansi Terkait, sebaiknya difokuskan pada peningkatan kemampuan dalam mengelola hubungan dengan pelanggan, menjalankan proses bisnis secara efektif, serta memahami dan mengelola keuangan dengan baik, saran bagi kampus Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan, diharapkan dapat terus mengembangkan penelitian mengenai pengukuran kinerja UMKM melalui pendekatan *Balanced Scorecard* yang lebih menyeluruh, sehingga mampu menggambarkan kondisi dan perkembangan UMKM secara lebih akurat, dan Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan dapat menggunakan metode campuran (*mixed methods*) yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Dengan mengombinasikan kedua pendekatan tersebut, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih lengkap dan mendalam mengenai berbagai kondisi serta tantangan yang dialami pelaku UMKM dalam menerapkan indikator-indikator *Balanced Scorecard*, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai manajemen kinerja serta menghasilkan rekomendasi yang lebih tepat dan aplikatif untuk mendukung peningkatan kinerja UMKM di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Agus, & Ilham. (2024). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) bagi UMKM. *Jurnal Inovasi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 175–185. www.journal.inovatif.co.id
- Agustinus, & Mayangsari, S. . (2026). Persepsi dan Kepatuhan UMKM Pakaian Terhadap Kebijakan PPh Final di Tanah Abang . *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 495–505. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.244>
- Anjarwati, S., Risdwiyanto, A., Deni, A., Hendrawan, L. K. & Iryanto, M. (2024). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. CV Rey Media Grafika.
- Anjeli, R. ., & Sipahutar, R. P. . (2026). Analisis Kinerja Keuangan Berdasarkan Rasio Profitabilitas dan Aktivitas Pada UMKM Sepatu Wanita Dubble di Pasar 5 Tembung Kabupaten Deli Serdang. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 1345–1351. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.421>
- Athmaya, R. V. M., & Wijaya, A. (2026). Bagaimana Pemahaman Akuntansi Mempengaruhi Laporan Keuangan UMKM Dalam Penerapan SAK EMKM. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 1632–1641. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.450>
- Ayu, A. R. ., Aulia, S. ., Sitorus, E. H. ., Sijabat, R. ., Citra, T. ., Satrio, M. F. ., & Hutagalung, M. D. . (2026). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Papan Bunga. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 1359–1367. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.428>
- Era, F. L. N. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 5(2), 178–187.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (CV.Pustaka Ilmu Group (ed.)).
- Indrayani, R., & Rashied, F. A. (2023). Pengukuran Kinerja UMKM Menggunakan Balanced Score Card. *Prosiding CORISINDO 2023*, 367–372. <https://stmikpontianak.org/ojs/index.php/corisindo/article/view/245%0Ahttps://stmikpontianak.org/ojs/index.php/corisindo/article/download/245/89>
- Lestari, W., & Iskandar, I. (2026). Pengaruh Media Sosial dan Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Penjualan di Era Digital Pada UMKM Roti Pakcik Tamora. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 1059–1070. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.306>
- Maulidya, & Nasution, W. A. . (2026). Eksplorasi Literasi Keuangan dan Praktik Pencatatan dalam Pengelolaan UMKM Konveksi Rumahan Berbasis Keluarga. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 1656–1667. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.506>
- Mawuntu, P. S. T., & Aotama, R. C. (2022). Pengukuran Kinerja UMKM Berdasarkan Key Performance Indicators (KPI) Metode Balanced Scorecard. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21(1), 72–83. <https://doi.org/10.22225/we.21.1.2022.72-83>
- Nadas, L., Indriyani, F., & Astuti, D. (2024). Pengukuran Kinerja Karyawan Menggunakan Metode Human Resource Scorecard (HRSC). *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(4), 301–315. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i4.39>

- Perwirianto, H. W., & Trisnaningsih, S. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pada Masa Resesi Ekonomi . JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 3(4), 591–601. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.249>
- Putri, A., N. (2024). Pengaruh Modal Usaha Dan Harga Jual Terhadap Pendapatan UMKM Lingkungan II Dan III Kecamatan Deli Tua. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), 8085–8093.
- Rahmadani, W. N., Nurhayati, Supriyanto, Ciamas Elsera, Siemin, A. D. (2021). Pendampingan UMKM Hebat dengan Inovasi Produk, Pemasaran Digital, dan Pengelolaan Keuangan Pada Usaha Cekeremes di Kecamatan Medan Tuntungan. JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), 2, 361–371. <https://doi.org/https://doi.org/10.37339/jurpikat.v2i2.637>
- Ramadani, S. ., & Mulyani, M. (2026). Adopsi Cloud Accounting oleh UMKM di Kota Meadan: Uji Empiris Technology Acceptance Model (TAM) . JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 3(4), 1693–1708. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.549>
- Rifka, A. M., Suraharta, I. M. (2024). Peran Balance Scorecard Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM, 2, 306–312. <https://doi.org/https://doi.org/10.34207/>
- Suci, M. M. ., & Zhafirah, A. . (2026). Implementasi Prinsip Maqashid Syariah dalam Praktik UMKM Halal: Studi Fenomenologi pada Pelaku Usaha di Pasar Tradisional . JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 3(4), 476–484. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.245>
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. CV. ALFABETA
- Yuwono, T., Cahyani, V., & Triwibowo, R. N. (2026). Tinjauan Literatur Sistematis Strategi Pemasaran Digital pada UMKM. JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 3(4), 978–987. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.274>