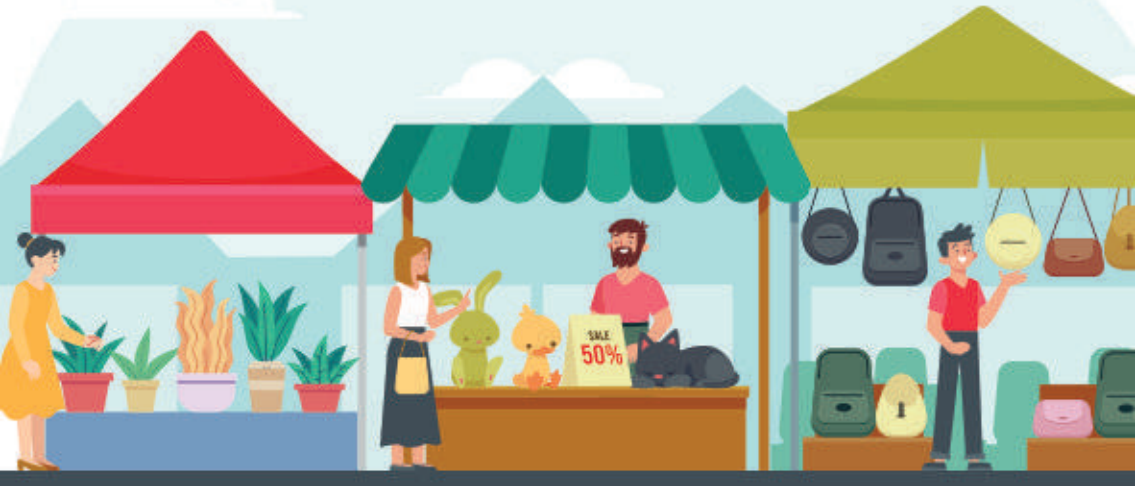
Heni Susilowati, S.E.M.M
Dr. Ratnaningrum, S.E.,M.Si
Myra Andriana, S.E.,M.Si., M.Kom
Titin Hargyatni, S.E.M.M
Erlinda Sholihah, S.E.,M.M

Editor:
Dewi Widyaningsih, S.E.,M.M

KINERJA BISNIS UMKM DI ERA DIGITAL



KINERJA BISNIS UMKM DI ERA DIGITAL

Kinerja bisnis menginterpretasikan hubungan kuat antara kegiatan usaha dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan kemampuan berkontribusi terhadap perekonomian. Dalam membangun usaha bisnis pelaku UMKM harus memiliki kemampuan dan keyakinan diri untuk mengembangkan menjadi lebih maju. Pelaku UMKM dengan entrepreneurial self efficacy (ESE) yang tinggi dapat meningkatkan keterampilannya dalam pengembangan produk, menghadapi masalah dengan memikirkan solusi terbaik, dan fokus pada tujuan. Keberhasilan atau kegagalan UMKM bergantung pada kelangsungan keuangan mereka. Money attitude berkaitan dengan pemahaman sikap orang terhadap uang karena menentukan perilaku uang individu. Penerapan sikap terhadap uang yang sering salah dan kurangnya manajemen pengetahuan pengelola UMKM dapat menyebabkan turunnya kinerja keuangan UMKM.

Buku ini tidak hanya menjelaskan kinerja bisnis UMKM saja tetapi juga membahas mengenai bagaimana bentuk dukungan yang diberikan lembagan pemerintah terhadap UMKM untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kinerja bisnisnya. Sudah selayaknya jika negara menciptakan lingkungan yang memungkinkan untuk kelangsungan hidup sektor bisnisnya, dikarenakan UMKM telah terbukti menopang perekonomian negara di saat krisis ekonomi. UMKM merupakan industri yang tangguh di masa pandemi dan juga muncul sebagai sumber kekuatan ekonomi baru bagi negara. Era digital dan kondisi pandemi mendorong pelaku bisnis beradaptasi mengikuti perubahan untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Teknologi digital kini membuka peluang bagi UMKM untuk naik kelas meningkatkan kinerja dan berkontribusi pada perekonomian nasional.

Buku ini cocok dijadikan buku rujukan dan referensi kalangan intelektual di lingkungan perguruan tinggi, praktisi yang berkecimpung sebagai pelaku UMKM serta masyarakat umum yang ingin menambah pengetahuan dan wawasan tentang kinerja bisnis UMKM di Era Digital. Buku ini hadir memberi gambaran bagi pembaca tentang bagaimana kinerja pelaku UMKM dan peran wanita dalam kewirausahaan ditinjau dari perspektif entrepreneurial self efficacy, attitude of money, dukungan lembaga dan financial technology.

eureka media aksara
Anggota IKAPI

0858 5343 1992
eurekamediaaksara@gmail.com
JL Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-487-227-9
9 786234 872279

KINERJA BISNIS UMKM DI ERA DIGITAL

Heni Susilowati, S.E.M.M
Dr. Ratnaningrum, S.E.,M.Si
Myra Andriana, S.E.,M.Si., M.Kom
Titin Hargyatni, S.E.M.M
Erlinda Sholihah, S.E.,M.M

eureka
media aksara

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

KINERJA BISNIS UMKM DI ERA DIGITAL

Penulis : Heni Susilowati, S.E.M.M
Dr. Ratnaningrum, S.E.,M.Si
Myra Andriana, S.E.,M.Si., M.Kom
Titin Hargyatni, S.E.M.M
Erlinda Sholihah, S.E.,M.M

Editor : Dewi Widyaningsih, S.E.,M.M

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Nurlita Novia Asri

ISBN : 978-623-487-227-9

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, OKTOBER 2022**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:
Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2022

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur yang teramat dalam kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan book chapter yang berjudul "Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital. Semoga buku ini dapat memberikan wawasan dan manfaat keilmuaan bagi siapapun yang tertarik terhadap peningkatan kinerja bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Dengan terbitnya *Book Chapter* ini penulis berharap dapat dijadikan buku rujukan dan referensi oleh para mahasiswa, akademisi serta masyarakat dalam menambah pengetahuan tentang kinerja bisnis UMKM di Era Digital. Didalam buku ini penulis mencoba memberi gambaran bagi pembaca tentang bagaimana kinerja pelaku UMKM dan peran wanita dalam kewirausahaan ditinjau dari perspektif *entrepreneurial self efficacy*, *attitude of money*, dukungan lembaga dan *financial technology*.

Pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis secara terbuka menerima kritik dan saran yang membangun dari pembaca sekalian sebagai upaya kami untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya kami selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, berkenaan dengan selesainya *book chapter* ini maka tak lupa kami sampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan ikut andil dalam proses penyusunan dan penerbitan buku ini. Semoga buku ini bermanfaat bagi pembaca dan berkontribusi bagi pengembangan UMKM.

Sukoharjo, September 2022

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **iv**
DAFTAR GAMBAR ..... **vii**
DAFTAR TABEL ..... **viii**
BAB 1 PERKEMBANGAN UMKM INDONESIA
Heni Susilowati, S.E.M.M **1**
A. Pendahuluan 1
B. Pengertian dan Kriteria UMKM 3
C. Karakteristik UMKM 8
D. Sektor UMKM Berdasar Kegiatan Ekonomi 9
E. Peluang dan Peran UMKM 12
F. Permasalahan UMKM 15
G. Kendala Bisnis UMKM 18
H. Rangkuman 24
I. Tugas dan Evaluasi 25
Daftar Pustaka 26
BAB 2 PERAN WANITA DALAM MEMBANGKITKAN UMKM
Titin Hargyatni, S,E.,M.M **29**
A. Pendahuluan 29
B. Pemberdayaan Perempuan 32
C. Nasib Perempuan di Masa Krisis 35
D. Perempuan Bangkit Melalui UMKM 37
E. Digitalisasi UMKM 39
F. Permasalahan Umum UMKM Wanita 42
G. Rangkuman 46
H. Tugas dan Evaluasi 47
Daftar Pustaka 47
BAB 3 *ENTREPRENEURIAL SELF EFFICACY*
Myra Andriana, M.Si., M.Kom **50**
A. Pendahuluan 50
B. *Self-Efficacy* 52
C. *Entrepreneurial Self-Efficacy* 54
D. Dimensi *Entrepreneurial Self-Efficacy* 56

E. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Entrepreneurial Self- Efficacy* 60
F. Indikator Penilaian *Entrepreneurial Self-Efficacy* 61
G. *Entrepreneurial Self-Efficacy* dan Kinerja Bisnis UMKM 63
H. Rangkuman 64
I. Tugas dan Evaluasi 66
Daftar Pustaka 66
BAB 4 *ATTITUDE OF MONEY* DAN KINERJA KEUANGAN
Dr.Ratnaningrum, S.E.,M.Si....68
A. Pendahuluan 68
B. Pengelolaan Keuangan Pelaku UMKM....73
C. *Money Attitude* dan Pengelolaan Keuangan Pribadi....77
D. *Money Attitudes* dan Pengukurannya 86
E. Kinerja Keuangan 91
F. Rangkuman 96
G. Tugas dan Evaluasi 98
Daftar Pustaka 98
BAB 5 DUKUNGAN PEMERINTAH MENGEMBANGKAN UMKM
Heni Susilowati, S.E.,M.M 106
A. Pendahuluan 106
B. Peran Lembaga dalam Pemberdayaan UMKM 108
C. Peran Lembaga dalam Upaya UMKM Naik Kelas 111
D. Bentuk Dukungan Lembaga Terhadap UMKM....114
E. UMKM dan Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) 117
F. Mengembangkan Kedudukan UMKM....118
G. Rangkuman 120
H. Tugas dan Evaluasi 121
Daftar Pustaka 121
BAB 6 PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL
Erlinda Sholihah, S.E.,M.M....125
A. Pendahuluan 125
B. Pentingnya Digitalisasi UMKM 127
C. Digitalisasi UMKM melalui Media Sosial....130

D. Sistem Pembayaran Online 132
E. Jenis Pembayaran Bisnis Online 136
F. Keunggulan Pembayaran Online 141
G. Rangkuman 143
H. Tugas dan Evaluasi 144
Daftar Pustaka 144
BAB 7 KINERJA BISNIS UMKM
Myra Andriana, M.Si.,M.Kom 147
A. Pendahuluan 147
B. Kinerja Bisnis UMKM 150
C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Bisnis UMKM 151
D. Pengukuran Kinerja Bisnis UMKM 167
E. Rangkuman 171
F. Tugas dan Evaluasi 172
Daftar Pustaka 172
GLOSARIUM 178
TENTANG PENULIS 184

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perbandingan kriteria UU UMKM tahun 2008 dan PP UMKM No. 7 tahun 2021 7
Gambar 2. Hambatan dan Kendala UMKM.....19
Gambar 3. Tiga Pilar Kebijakan Pemberdayaan UMKM 109

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kriteria UMKM.....31

BAB 1

PERKEMBANGAN UMKM INDONESIA

Heni Susilowati, S.E.M.M
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern
(STIE STEKOM)

A. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami perkembangan jumlah yang sangat pesat sejak terjadinya pandemi covid-19. UMKM dalam perekonomian Indonesia merupakan kelompok usaha yang terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan dan krisis ekonomi. Keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam mendistribusikan pendapatan masyarakat dan menjadi pilar penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM berfungsi sebagai mesin pertumbuhan ekonomi yang mampu meningkatkan devisa negara, mendorong pertumbuhan ekonomi lebih merata, membuka lapangan pekerjaan, menopang kebutuhan masyarakat dan memacu ekonomi disaat kritis. UMKM mempengaruhi perolehan produk domestik bruto dan penyediaan lapangan kerja. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi PDB 61,07%. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian saat ini mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada dan mampu mneghimpun sampai 60,4% dari total investasi. UMKM mampu menyerap tenaga kerja dan dapat mengurangi pengangguran.

BAB 2

PERAN WANITA DALAM MEMBANGKITKAN UMKM

Titin Hargyatni, S,E.,M.M
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern
(STIE STEKOM)

A. Pendahuluan

Revolusi industry 4.0 menancapkan tonggak perubahan fundamental terhadap hampir seluruh tatanan kehidupan dalam skala global. Secara nyata nampak pada pemanfaatan teknologi digital yang kemudian mendorong berkembangnya kreativitas dan inovasi, lantas mendisrupsi hampir semua struktur dan sistem kehidupan, tidak terkecuali persaingan dalam bidang ekonomi. Artinya para pelaku usaha skala besar maupun kecil harus merespon perubahan yang terjadi dengan penyesuaian operasi usaha. Pada akhirnya, para pemain usaha yang memilih untuk bertahan dengan cara lama akan kalah dalam persaingan global. Dampak inovasi memunculkan efek positif namun juga negatif diantaranya menciptakan pangsa pasar baru, mengganggu eksistensi pasar yang sudah ada dan merubah system operasional lama dengan system baru yang lebih sempurna. Disrupsi tekonologi digital ini ditandai dengan pemanfaatan kecerdasan buatan, *Internet of things (IOT), Human Machine interface* dan pesatnya trend *sharing economy*. Ditandai pula dengan maraknya penggunaan media social seperti facebook, Instagram,twitter dan masih banyak lagi. Secara tidak langsung teknologi digital sangat membantu pekerjaan manusia

BAB 3

ENTREPRENEURIAL SELF EFFICACY

Myra Andriana, M.Si., M.Kom
Universitas Sains dan Teknologi Komputer (STEKOM)

A. Pendahuluan

Dengan adanya kebijakan pasar bebas, persaingan dalam dunia usaha akan semakin menonjol. Wirausahawan perlu dipersiapkan secara fisik dan mental untuk menghadapi persaingan bisnis yang ketat. Saat ini, persaingan di arena bisnis melampaui cakupan lokal untuk memasuki asosiasi global yang terus berkembang. Hal ini membutuhkan kemampuan juga untuk menangani masalah seperti kehilangan pendapatan, persaingan perusahaan, dan masalah internal dalam membangun operasi bisnis. Jika pemilik bisnis tidak dapat mengatasi masalah ini, mereka tidak akan dapat menjalankan bisnis mereka. Persiapan psikologis diperlukan tidak hanya bagi pengusaha yang sudah memiliki badan usaha, tetapi juga bagi pengusaha yang sedang membangun badan usahanya.

Secara umum, lima tahun pertama berdirinya adalah periode kritis yang harus dilalui oleh semua jenis bisnis. Hasil menunjukkan bahwa lebih dari 50% usaha kecil gagal dalam dua tahun pertama. (Rima, et. al., 2022). Sejumlah besar perusahaan yang berkembang pada skala usaha kecil dan kemudian goyah pada skala yang lebih besar. Kendala lain yang ditemui juga berbeda: B. Persaingan antar pengusaha, kondisi yang tidak menentu, dan perlunya membangun hubungan baik dengan banyak orang sebagai hubungan bisnis. Banyak kondisi dan

BAB 4

ATTITUDE OF MONEY DAN KINERJA KEUANGAN

Dr.Ratnaningrum, S.E.,M.Si
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern
(STIE STEKOM)

A. Pendahuluan

Usaha Mikro kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam ekonomi yang sedang berkembang, menciptakan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Ketika tingkat pendapatan ekonomi meningkat, UKM formal cenderung menjadi bagian yang lebih besar dari perekonomian, sementara sektor mikro dan informal menurun. Pertumbuhan ekonomi menciptakan peluang yang sering diisi oleh UKM yang baru saja atau terkadang sudah lama berstatus sebagai usaha mikro (World Bank, 2019). UKM formal berkontribusi hingga 40% dari pendapatan nasional (PDB) di negara berkembang. Di seluruh negeri, perkembangan bisnis yang utuh didominasi oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) (Rahman et al., 2016). Secara luas dinyatakan dalam literatur bahwa usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di negara berkembang penting secara sosial dan ekonomi karena beberapa alasan, yang meliputi: (i) penyebarannya yang luas di daerah pedesaan dan oleh karena itu sangat penting untuk pembangunan ekonomi pedesaan; (ii) kemampuan mereka untuk menyerap sejumlah besar pekerja; (iii) perannya sebagai wadah pengembangan kewirausahaan dan keterampilan bisnis, terutama di pedesaan; dan (iv) sebagai sumber peluang usaha bagi perempuan (Tambunan, 2019).

BAB 5

DUKUNGAN PEMERINTAH MENGEMBANGKAN UMKM

Heni Susilowati, S.E.,M.M
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern
(STIE STEKOM)

A. Pendahuluan

Kegiatan kewirausahaan berkaitan dengan perilaku ekonomi yang tertanam dalam lingkungan kelembagaan masyarakat atau negara. Pola pikir dan perilaku wirausaha dibentuk oleh adanya peraturan, sistem kelembagaan normatif dan kognitif yang mengontrol akses ke berbagai sumber daya (Aldrich & Fiol, 1994), (Lim, Morse, Mitchell, & Seawright, 2010), (Kibler & Fink, 2014). Pelaku usaha menyesuaikan aturan, hukum, norma sosial yang dibuat lembaga di lingkungan kelembagaan tingkat makro untuk medapatkan efisiensi ekonomi dan legitimasi dari pemerintah. Peran lembaga dapat memberi dukungan yang dapat meningkatkan kelangsungan hidup dan pertumbuhan bisnis jangka panjang pelaku UMKM. Wirausaha yang mendapatkan dukungan hukum dan legitimasi sosial akan mampu mengatasi ketidakpastian dan risiko dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis mereka.

Dukungan kelembagaan pemerintah mengacu pada sejauh mana pemerintah menyediakan program insentif, kebijakan, dan rencana untuk memperbaiki pengaruh buruk dari infrastruktur kelembagaan yang tidak memadai atau penegakan yang tidak efisien selama transisi politik, ekonomi, dan sosial (Li & Atuahene Gima, 2001); (Sheng, Zhou, & Li, 2011);

BAB 6

PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL

Erlinda Sholihah, S.E.,M.M
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern
(STIE STEKOM)

A. Pendahuluan

Dalam perspektif global telah diakui bahwa UMKM memainkan peranan yang sangat penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Demikian pula dalam sejarah perekonomian Indonesia diakui semua pihak bahwa keberadaan UMKM dianggap sebagai tulang punggung ekonomi nasional (Costa et al., 2018; Erlanitasari et al., 2020). Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM mulai menggalakan program digitalisasi UMKM, karena diyakini bahwa transformasi digital menjadi kunci penting untuk kemajuan UMKM. Industri FinTech dirasa makin fleksibel serta luwes dibanding dengan jasa keuangan konvensional sebab kurangnya kebijakan yang mengendalikan perusahaan. Kondisi ini bisa diperhatikan ketika proses mengajukan utangnya, untuk jasa keuangan konvensional banyak sekali berkas administrasi yang perlu dikerjakan serta diselesaikan. Berkas yang perlu dilengkapi dalam usaha FinTech sangat sederhana hanya dengan melakukan peng-upload-an secara online. Terlebih lagi sebagian layanan FinTech tidak memerlukan jaminan disaat melaksanakan peminjaman uang, hanya dengan mengupload informasi pribadi serta alokasi dana utangnya. Karena hal tersebut, Finansial Technology merupakan fasilitas yang dapat

BAB 7

KINERJA BISNIS UMKM

Myra Andriana, M.Si.,M.Kom
Universitas Sains dan Teknologi Komputer

A. Pendahuluan

UMKM menjadi pondasi ekonomi rakyat, dimana sektor ini mempunyai kemampuan untuk menopang perekonomian bangsa. UMKM di Indonesia berkontribusi didalam pendapatan domestik bruto (PDB) sebesar 61,07% atau setara dengan Rp 8.573,89 triliun pada bulan Maret 2021. Peran serta UMKM memberikan pengaruh positif bagi Indonesia, dimana mampu menekan angka kemiskinan, meratakan kondisi perekonomian masyarakat, serta menjadi sumber pemasukan devisa. UMKM memiliki posisi yang sangat berpengaruh, karena sektor ini mampu membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat baik secara langsung maupun tidak. Saat Indonesia mengalami krisis ekonomi, sektor usaha UMKM juga mampu bertahan terhadap goncangan krisis. Salah satu penyebab mengapa sektor UMKM ini mampu bertahan yaitu penggunaan bahan baku yang sebagian besar merupakan produk lokal. Saat banyak usaha skala besar hancur karena adanya krisis moneter, UMKM menjadi penyelamat dari dampak krisis moneter tersebut. Selain itu, UMKM berkontribusi signifikan terhadap sektor ekspor selain migas. Berdasarkan data yang yang dikeluarkan oleh Kementrian Koperasi dan UKM, di tahun 2017 UMKM berkontribusi terhadap devisa negara sebesar Rp 88,45 miliar.

GLOSARIUM

Access	:	akses terhadap fasilitas dan layanan publik
Aspek Anxiety	:	uang adalah sumber kecemasan dan juga sumber perlindungan dari kecemasan perasaan cemas
Aspek Distrust	:	ragu-ragu, curiga mengenai situasi yang melibatkan uang
Aspek Power/ prestige	:	uang sebagai simbol kesuksesan, dan sebagai alat untuk mempengaruhi orang lain
Aspek Retention/ time	:	sifat kepribadian penimbunan dan obsesif terhadap uang
Collaterall	:	aset yang diterima pemberi pinjaman sebagai jaminan untuk pinjaman.
Consientisation/ Konsientisasi	:	pemahaman atas perbedaan peran jenis kelamin dan peran gender.
Platform Digital	:	wadah atau sarana yang mempertemukan individu atau kelompok bertukar informasi, berdagang atau menawaran produk/jasa.
Digital Marketing	:	kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet.
Digital Visibilitas Online	:	sebagai salah satu pesan paling kuat yang diterima konsumen dari perusahaan.
Digitalization	:	penggunaan teknologi digital dan data-data yang telah ter-digitisasi, untuk memengaruhi cara penyelesaian sebuah pekerjaan, mengubah cara interaksi perusahaan-pelanggan, serta menciptakan aliran pendapatan baru.

TENTANG PENULIS

Heni Susilowati, S.E.M.M

Lahir di Kota Wonogiri, puteri dari (Alm) Wanada, B.A dan (Almh) Sri Poerwati. Menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta tahun 1991. Pendidikan S2 diselesaikan tahun 2011 mengambil program Magister Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS). Saat ini menjabat sebagai ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern (STIE STEKOM) Kartasura dan aktif mengajar di Program Studi Manajemen. Hasil karyanya antara lain book chapter 'Brand Marketing". Sedangkan hasil penelitian telah dipublikasikan di berbagai jurnal nasional terakrediti. Kiprahnya sebagai penulis semoga dapat menjadi langkah awal yang baik menumbuhkan semangat untuk terus berkarya.

Titin Hargyatni, S.E.,M.M

Lahir di Wonogiri pada tanggal 5 April 1980, adalah dosen tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern (STIE STEKOM) yang berada di Kartasura, Sukoharjo dan saat ini sedang menjabat sebagai ketua program studi Manajemen. Riwayat pendidikan tinggi jenjang strata 1 diperoleh dari Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2003. Pada tahun 2013 menyelesaikan jenjang S2 di program studi Magister Manajemen dari Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta. Karya penelitian dan artikel ilmiah diantaranya *The Influence of Work Motivation, Organizational Commitment and Organizational Culture on Employee Performance of Syariah Bank in Central Java* (Jurnal Inovasi Bisnis 9 , 2021), *SOCIAL CAPITAL: A New Spirit And Opportunity* (*Management & Entrepreneurship Research Review (MERR*) 1 (3)2020), Membangun Loyalitas Melalui Pelayanan (Jurnal Ilmiah Go Infotech20.(1).2014).

Myra Andriana, S.E., M.Si., M.Kom.

Lahir di Semarang pada tanggal 14 September 1986. Penulis menyelesaikan Program Studi S1 di Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Katholik Soegijapranata Semarang pada tahun 2008. Kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Magister Akuntansi di Universitas Diponegoro Semarang dan meraih gelar Magister Sains (M.Si) pada tahun 2012. Penulis kembali mengambil pendidikan S2 Program Studi Magister Sistem Informasi di Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga dan selesai pada tahun 2020. Saat ini berprofesi sebagai Dosen Tetap pada Program Studi D4 Komputerisasi Akuntansi Universitas Sains dan Teknologi Komputer Semarang.

Dr. Ratnaningrum, SE., M.Si

Dr. Ratnaningrum, SE., M.Si. adalah dosen dan ketua Program Studi Akuntansi STIE Studi Ekonomi Modern. Ia menyelesaikan studi strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 1998. Pendidikan S2 di Program Magister Akuntansi Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2009 dan pendidikan S3 di Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2020. Hasil karyanya antara lain buku ajar "Akuntansi Pengantar I" dan hasil penelitian yang dipublikasikan di beberapa Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi dan Jurnal Internasional bereputasi terindex Scopus seperti International Journal of Economics and Management Publisher Universiti Putra Malaysia dan Global Business Review International Publisher Management Institute in association with Sage Publications, terindex WoS seperti: Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management.

Erlinda Sholihah, S.E., M.M.

Lahir di Boyolali tahun 1995. Pendidikan Sarjana Ekonomi di Universitas Darussalam Gontor diselesaikan pada tahun 2018 dan menyelesaikan pendidikan Magister Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2020. Pernah menjadi praktisi perbankan pada tahun (2018-2021). Saat ini penulis aktif mengajar di Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern (STIE STEKOM) sebagai Dosen Tetap. Fokus bidang penelitian penulis mencakup keuangan, perbankan, dan digital economy.