

**PENGARUH AKSES PERMODALAN, *FINANCIAL LITERACY*,
KREATIVITAS DAN *DIGITAL ARKETING* TERHADAP
PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM DI DESA
MERAK BATIN KECAMATAN NATAR
TAHUN 2023**

SKRIPSI

**Putri Aniversari
1951040392**



Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H/2023 M**

**PENGARUH AKSES PERMODALAN, *FINANCIAL LITERACY*,
KREATIVITAS DAN *DIGITAL ARKETING* TERHADAP
PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM DI DESA
MERAK BATIN KECAMATAN NATAR
TAHUN 2023**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

Putri Aniversari

1951040392

Pembimbing I : Femei Purnamasari, M.Si
Pembimbing II : Vicky F. Sanjaya, M.Sc

Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H/2023 M**

ABSTRAK

Dibalik perkembangan UMKM yang terus meningkat, terjadi kendala yang selalu ditemui para pelaku usaha UMKM di Indonesia antara lain permasalahan atau kendala sumber daya, pembiayaan, pengetahuan pengelolaan keuangan, teknologi dan permasalahan lain yang menghambat perkembangan pelaku usaha UMKM. Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu apakah Akses Permodalan, *Financial Literacy*, Kreativitas dan *Digital Marketing* berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Akses Permodalan, *Financial Literacy*, Kreativitas dan *Digital Marketing* terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelaku UMKM Desa Merak Batin dan sampel yang diambil sebanyak 67 responden dengan menggunakan teknik pengambilan data *Probability Sampling* yaitu *simple random sampling*. Teknik analisis data menggunakan PLS-SEM dengan *software* SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Akses Permodalan dan Kreativitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin. Variabel *Financial Literacy* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin. Sedangkan variabel *Digital Marketing* tidak berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin. Kemudian Akses Permodalan, *Financial Literacy*, Kreativitas, dan *Digital Marketing* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar. Dalam perspektif ekonomi Islam mengenai Pengembangan Usaha harus dilakukan dengan sungguh-sungguh. Dalam Islam telah dilarang keras kepada kita umat muslim untuk melakukan aktifitas ekonomi yang mengandung unsur-unsur yang di haramkan seperti riba, maysir, gharar dan sebagainya.

Kata Kunci : Akses Permodalan, *Digital Marketing*, *Financial Literacy*, Kreativitas, Pengembangan Usaha, UMKM

ABSTRACT

Behind the increasing development of MSMEs, there are obstacles that are always encountered by MSME business actors in Indonesia, including problems or constraints on resources, financing, knowledge of financial management, technology and other problems that hinder the development of MSME business actors. The formulation of the problem in this study is whether Access to Capital, Financial Literacy, Creativity and Digital Marketing affect Business Development in MSMEs in Merak Batin Village, Natar District. This study aims to determine the effect of Access to Capital, Financial Literacy, Creativity and Digital Marketing on Business Development in MSMEs in Merak Batin Village.

The research method used was a quantitative method with data collection techniques using a questionnaire. The population in this study were all MSME actors in Merak Batin Village and 67 respondents were taken as a sample using the probability sampling technique, namely simple random sampling. Data analysis technique using PLS-SEM with SmartPLS 3.0 software.

The results showed that the variables Access to Capital and Creativity partially had a positive and significant effect on Business Development for MSMEs in Merak Batin Village. The Financial Literacy variable has a positive but not significant effect on Business Development for MSMEs in Merak Batin Village. Meanwhile, the Digital Marketing variable has no effect on Business Development for MSMEs in Merak Batin Village. Then Access to Capital, Financial Literacy, Creativity, and Digital Marketing jointly influence Business Development for MSMEs in Merak Batin Village, Natar District. In the perspective of Islamic economics regarding Business Development must be carried out seriously. In Islam it has been strictly forbidden for us Muslims to carry out economic activities that contain elements that are forbidden such as usury, maysir, gharar and so on.

Keywords: *Access to Capital, Digital Marketing, Financial Literacy, Creativity, Business Development, MSMEs*



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Aniversari
NPM : 1951040392
Jurusan/Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Akses Permodalan, *Financial Literacy*, Kreativitas Dan *Digital Marketing* Terhadap Pengembangan Usaha Pada UMKM Di Desa Merak Batin Kecamatan Natar” adalah benar-benar hasil karya peneliti sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar rujukan. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada peneliti.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

BandarLampung, 27 Juni 2023

Penulis,



Putri Aniversari

1951040392



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH AKSES PERMODALAN, *FINANCIAL LITERACY*, KREATIVITAS DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM DI DESA MERAK BATIN KECAMATAN NATAR**

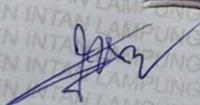
Nama : Putri Aniversari
NPM : 1951040392
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

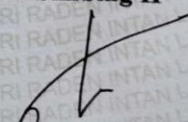
MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

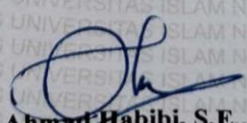
Pembimbing I

Pembimbing II


Femei Purnamasari, S.E., M.Si.
NIP.198405212015032004


Vicky F Sanjaya, M.Sc
NIP.199411122019031009

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah**


Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E
NIP.197905142003121003



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

tkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung. Tlp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul **“PENGARUH AKSES PERMODALAN, FINANCIAL LITERACY, KREATIVITAS DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM DI DESA MERAK BATIN KECAMATAN NATAR”** disusun oleh, **Putri Aniversari**, NPM : **1951040392**, Program Studi **Manajemen Bisnis Syariah**, Telah diujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal : **Senin, 10 Juli 2023**.

Tim Penguji

Ketua : Dr. Asriani, S.H., M.H.

Sekretaris : Andueriganta Fadhlihi, M.A

Penguji I : Ersi Sisdianto, S.E.I., M.Ak

Penguji II : Vicky F Sanjaya, M.Sc

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt., C.A
NIP.197009262008011008

MOTTO

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۗ ذَٰلِكَ
بِأَنَّهُمْ قَالُوا ۗ إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ ۗ
مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ ۖ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ ۗ مَا سَلَفَ ۗ وَأَمْرُهُ ۗ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ
أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”

(QS. Al-Baqarah [2] : 275)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT. atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan ilmu, kekuatan, kesehatan, kesabaran, dan keselamatan untuk penulis dalam menyusun skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan sebagai ungkapan rasa syukur dan terima kasih yang teramat mendalam kepada:

1. Kedua orang tua saya yang tercinta Bapak Kasmu dan Ibu Yuliah serta kakak saya Andi Eko Saputra sebagai rasa terima kasih dan bakti saya karena selalu menyayangi, mengasahi, mendoakan, memberi semangat dan memotivasi dengan penuh kesabaran. Terima kasih atas rasa cinta yang terus mengalir sampai saya sebesar sekarang. Mungkin skripsi ini tidak sebanding dengan perjuangan yang saya terima selama ini, tetapi saya berharap skripsi ini menjadi salah satu hal yang mampu membuat bahagia.
2. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang selalu dibanggakan, yang selama ini telah mendidik dan memberi pelajaran baik dari segi ilmu pengetahuan maupun agama.

RIWATAR HIDUP

1. DATA PRIBADI

Nama : Putri Aniversari
Tempat, tanggal lahir : Tanjung Waras, 8 Mei 2001
Alamat : Dusun Tanjung Waras, Desa Merak Batin, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung
Agama : Islam

Nama Orang Tua Ayah : Kasmu
Ibu : Yuliah

2. DATA PENDIDIKAN

2007 – 2012 : Sekolah Dasar Negeri 5 Merak Batin
2013 – 2016 : Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Natar
2017 – 2019 : Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Natar
2019 – Sekarang : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan hidayah, ilmu pengetahuan, kekuatan, kemudahan, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa selalu tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW, para sahabat, keluarga, pengikut-Nya yang taat pada ajaran agama-Nya, yang telah membawa kita dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang pada saat ini.

Skripsi ini merupakan bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE). terselesaikannya skripsi ini berkat banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu dengan kerendahan dan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara rinci penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang selalu memotivasi mahasiswa.
2. Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E. selaku ketua program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Femei Purnamasari, M.Si. selaku pembimbing akademik satu, terima kasih atas ketersediannya dalam memberikan bimbingan, saran dan kritik dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Vicky F Sanjaya, M.Sc. selaku pembimbing akademik dua yang dengan sabar memberikan bimbingan motivasi, kritik dan saran serta pengarahan yang sangat berarti bagi penulis.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membagi ilmu, membantu serta

- memberikan masukan-masukan yang Insya Allah dapat menjadi pedoman dan bekal untuk penulis.
6. Perpustakaan pusat UIN Raden Intan Lampung dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak menyediakan materi dalam penyelesaian skripsi ini.
 7. Para responden yang dengan ikhlas meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner demi kelancaran penelitian ini.
 8. Ayah dan Ibu yang tiada henti mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis selama proses perkuliahan berlangsung dari awal hingga saat ini.
 9. Kakak Andi Eko Saputra yang selalu memberikan semangat kepada penulis selama proses perkuliahan hingga saat ini.
 10. Sahabat seperjuangan Maycha Erliana Sari, Maria Nia Mailinda, Ramadhiena Destia Murtisari, Mela Sintia, Rafida Zulfa Roesandi, Natia Monica, Putri Nanda Wulandari, Laila Dairina, Mona Enjelita Wijaya, Lutfiana Khoirunnisa yang telah menemani hari-hari selama proses perkuliahan serta pemberian semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
 11. Seluruh teman-teman Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2019 khususnya kelas MBS E yang terus menerus memberikan support serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
 12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis namun telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
 13. Terakhir, saya ingin berterima kasih pada penulis yang telah kuat dan tetap bertahan, terima kasih atas semua kerja keras yang telah dilakukan, dan terima kasih untuk percaya bahwa penulis dapat menjalankan dan melewati segala ketakutan serta kesulitan selama ini, terima kasih atas perjuangan selama ini, selamat berjuang kembali untuk kedepannya, terus berusaha apapun rintangannya pasti penulis dapat melewatinya dengan keberanian.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Penulis berharap hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya, Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Bandar Lampung, 8 Maret 2023
Penulis

Putri Aniversari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
SURAT PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWATAR HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. APenegasan Judul	1
B. Latar Belakang	3
C. Identifikasi Dan Batasan Masalah.....	23
D. Rumusan Masalah	24
E. Tujuan Penelitian.....	24
F. Manfaat Penelitian.....	25
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	25
H. Sistematika Pembahasan	32
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN	
HIPOTESIS	
A. Landasan Teori.....	34
1. Teori Resources Based View	34
2. Teori Prospek (Prospect Theory).....	36
3. Akses Permodalan	37
4. Literasi Keuangan.....	49
5. Kreativitas.....	57
6. Digital Marketing.....	62
7. Pengembangan Usaha.....	67
8. UMKM	70

B. Kerangka Pemikiran	75
C. Pengajuan Hipotesis	77

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian.....	87
1. Jenis Dan Sifat Penelitian	87
2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	88
3. Populasi dan Sampel.....	89
4. Teknik Pengambilan Data.....	91
5. Teknik Pengumpulan Data.....	92
6. Definisi Operasional Variabel	93
7. Instrumen Penelitian	95
8. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (Outer Model).....	99
9. Teknik Analisis Data	101
10. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	106
11. Koefisien Jalur	107
12. Uji Hipotesis	107

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	109
B. Hasil Penelitian	114
C. Pembahasan	134

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	153
B. Rekomendasi	156

DAFTAR RUJUKAN	158
----------------------	-----

LAMPIRAN	169
----------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Di Desa Merak Batin	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	94
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Liker	97
Tabel 4.1 Mata Pencarian Desa Merak Batin.....	110
Tabel 4.2 Usia	112
Tabel 4.3 Lama Usaha	113
Tabel 4.4 Jenis Usaha	113
Tabel 4.5 Item hasil uji <i>face validity</i>	115
Tabel 4.6 Outer Loading 30 Responden	119
Tabel 4.7 Outer Loading 67 Responden	122
Tabel 4.8 <i>Discriminant Validity</i>	124
Tabel 4.9 Nilai <i>Composite Reliability</i>	125
Tabel 4.10 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	126
Tabel 4.11 R-Square	127
Tabel 4.12 <i>Path Coefficients</i>	128
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis	129
Tabel 4.14 Uji Hipotesis Parsial.....	131
Tabel 4.25 Uji Hipotesis Simultan	132
Tabel 4.16 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	76
Gambar 4.1 Uji Validitas 30 Responden.....	119
Gambar 4.2 Uji Validitas 67 Responden.....	122

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Hasil Wawancara Pelaku UMKM Di Desa Merak Batin	170
Lampiran II Data UMKM Desa Merak Batin	177
Lampiran III Kuesioner Penelitian	185
Lampiran IV Dokumentasi Penyebaran Kuesioner	193
Lampiran V Tabulasi Jawaban Responden	194
Lampiran VI Deskripsi Jawaban Responden	197
Lampiran VII Uji Validitas	202
Lampiran VIII Uji Reliabilitas	202
Lampiran IX R-Square	203
Lampiran X <i>Path Coefficient</i>	203
Lampiran XI Uji Hipotesis	203

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal untuk memahami skripsi ini serta mendapat gambaran yang jelas dan dapat memudahkan untuk memahami, untuk menghindari adanya kesalah pahaman dalam mengembangkan skripsi ini, maka perlu dipertegas judul yang saya ambil adalah **“Pengaruh Akses Permodalan, *Financial Literacy*, Kreativitas dan *Digital Marketing* Terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM Di Desa Merak Batin Kecamatan Natar Tahun 2023”**. Sebelum penulis menguraikan lebih lanjut, terlebih dahulu akan dijelaskan istilah dalam skripsi ini untuk menghindari kekeliruan bagi pembaca. Adapun istilah yang terdapat dalam judul skripsi ini yang perlu diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Akses Permodalan

Akses merupakan jalan masuk, sedangkan modal artinya uang yang digunakan sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat digunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan dan sebagainya. Jadi, akses modal adalah jalan masuk wirausaha dalam mendapatkan uang, barang dan sebagainya untuk digunakan menghasilkan sesuatu.¹

2. *Financial Literacy*

Financial Literacy merupakan suatu konsep pengetahuan tentang produk serta konsep keuangan dengan bantuan informasi atau masukan, merupakan sebuah kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami risiko

¹ Linda Purnamasari Halawa, ‘Pengaruh Pendampingan Usaha Dan Bantuan Akses Modal Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Kelurahan Pulo Brayan Bengkel Kecamatan Medan Timur’, *Universitas HKBP Nommensen*, 2.30 (2022), 1–17.

keuangan agar dapat membuat dan mengambil keputusan tentang keuangan dengan tepat.²

3. Kreativitas

Kreativitas merupakan inisiatif terhadap penciptaan suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai. Kreativitas juga dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru. Jadi, kreativitas adalah kemampuan untuk dapat membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya.³

4. *Digital Marketing*

Digital marketing merupakan salah satu cara pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan perangkat elektronik atau internet yang dipadukan dengan berbagai strategi pemasaran serta berbagai platform media digital yang dapat memudahkan konsumen untuk saling berkomunikasi secara online.⁴

5. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha merupakan upaya untuk meningkatkan kerja saat ini dan masa depan dengan memfasilitasi perluasan usaha, peningkatan kualitas dan kuantitas produksi dari kegiatan ekonomi, dan menggerakkan pikiran serta energi untuk mencapai tujuan tertentu.⁵

6. UMKM

UMKM (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria yang diatur

² Achmad Choerudin, dkk., *Literasi Keuangan* (Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2023).

³ Made Dharmawati, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2016).

⁴ Pandapotan Sitompul, 'Digitalisasi Marketing UMKM', *Seminar Nasional Manajemen Dan Akuntansi*, 1.1 (2022), 1–28.

⁵ Fifian Permata Sari, dkk., *Strategi Pengembangan & Pemasaran UMKM: Teori & Studi Kasus* (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

dalam peraturan perundang-undangan No. 20 Tahun 2008, sesuai pengertian tersebut maka kriteria UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah.⁶

B. Latar Belakang

UMKM dapat menjadi penopang bagi perekonomian suatu negara, karena UMKM mampu menyerap banyak tenaga kerja. Sektor UMKM dapat membantu penyerapan tenaga kerja di dalam negeri. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi.⁷ Oleh sebab itu, UMKM dianggap mempunyai peran strategis dalam mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran.

Sektor UMKM tidak hanya memberikan kontribusi dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan, tetapi berkontribusi pula terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Peningkatan atau penurunan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya yaitu UMKM. Hal ini peran UMKM sangat penting dalam mempercepat perkembangan perekonomian dan memberikan kontribusi yang cukup tinggi terhadap ekonomi suatu negara khususnya pada PDB. Berdasarkan informasi Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) pada bulan Maret 2021, jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61,07% atau Rp8.573,89 triliun.⁸

⁶ Sitompul. 'Digitalisasi Marketing UMKM', *Seminar Nasional Manajemen Dan Akuntansi*, 1.1 (2022), 1–28.

⁷ Ekon.go.id, 'UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia', <https://Ekon.Go.Id/Publikasi/Detail/2969/Umkm-Menjadi-Pilar-Penting-Dalam-Perekonomian-Indonesia>, 2021.

⁸ www-idxchannel, 'Begini Pentingnya Peran UMKM Dalam Perekonomian Indonesia!', *Www Idxchannel Com. Cdn. AmpprojectOrg*, 2022

Pada dasarnya bisnis UMKM sendiri memang merupakan bidang yang sangat luas. Sektor UMKM sendiri dapat meliputi berbagai bidang, mulai dari pengembangan bisnis dari sektor kuliner, *fashion*, pendidikan, otomotif hingga produk kreatif. Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (*starting*), membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain. Namun dengan demikian, yang harus diperhatikan yaitu kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Oleh karena itu, diperlukan suatu pengembangan untuk dapat memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut supaya dapat berjalan dengan baik. Pengembangan merupakan upaya yang dilakukan oleh dunia usaha dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil supaya menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.⁹ Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha pada usaha itu sendiri supaya dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak kesuksesan. Perkembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi.¹⁰

Perkembangan jumlah UMKM saat ini dapat dikatakan sangat pesat. Namun, dibalik perkembangan UMKM yang terus meningkat terjadi kendala yang selalu ditemui para pelaku usaha UMKM di Indonesia antara lain permasalahan atau

<[https://www.idxchannel.com.cdn.ampproject.org/v/s/www.idxchannel.com/amp/economics/begini pentingnya peran umkm dalam perekonomian indonesia?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQKKA FQArABIACA w%3D%3D#aoh=16491665561386&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&a](https://www.idxchannel.com.cdn.ampproject.org/v/s/www.idxchannel.com/amp/economics/begini_pentingnya_peran_umkm_dalam_perekonomian_indonesia?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQKKA FQArABIACA w%3D%3D#aoh=16491665561386&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&a)> [accessed 19 April 2022].

⁹ Alyas dan Rakib. 'Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros)', *Sosiohumaniora*, 19.2 (2017), 114–20 <<https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v19i2.12249>>.

¹⁰ Al Fadilla Darma Nasri, 'Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah' (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2020) <http://repository.iainbengkulu.ac.id/4704/1/SKRIPSI_al-fadlilah_pdf.pdf>.

kendala sumber daya, pembiayaan, pengetahuan pengelolaan keuangan, teknologi dan permasalahan lain yang menghambat perkembangan pelaku usaha UMKM tersebut.¹¹ Permasalahan yang dihadapi UMKM ini sekaligus menjadi kelemahannya seperti dalam hal keterbatasan modal usaha, pengelolaan manajemen sumber daya manusia yang belum memadai, keterbatasan penguasaan teknologi produksi, keterbatasan bahan baku, dan keterbatasan perluasan pemasaran (kesulitan pemasaran). Tingginya persaingan membuat para pelaku usaha harus mampu menghadapi tantangan dengan memperbaiki faktor-faktor yang menjadi pengaruh besar bagi UMKM yaitu dengan meningkatkan permodalan, pengembangan kualitas sumber daya manusia, serta melakukan promosi yang tepat dan perluasan area pemasaran. Hal tersebut dilakukan untuk mengembangkan UMKM. Perkembangan suatu usaha dipengaruhi oleh pengelolaan usaha dan modal usaha serta promosi produk. Kemudian kualitas sumber daya manusia juga mempengaruhi perkembangan usaha. Ditengah persaingan yang semakin ketat diperlukan pengusaha UMKM yang siap bersaing dengan strategi masing-masing. Keunggulan bersaing berbasis inovasi dan kreativitas harus lebih di utamakan, karena memiliki daya tahan dan jangka waktu lebih panjang. Menurut penelitian Pratama dan Wijayangka tahun 2019, permasalahan yang menjadi penghambat perkembangan serta mengancam keberlangsungan usahanya, antara lain adalah minimnya kualitas sumber daya manusia, kurangnya penguasaan dan pemanfaatan teknologi, kurangnya informasi dan akses permodalan, pemasaran dan peningkatan kapabilitas. Akses terhadap permodalan merupakan faktor terpenting dalam operasional aktivitas bisnis, karena tanpa kemudahan akses

¹¹ Lucy Sri Suardana, Kadek Agus dan Musmini, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan Dan Minat Menggunakan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Buleleng', *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 11.2 (2020), 191–202 <<https://doi.org/10.23887/JIMAT.V11I2.25918>>.

permodalan akan berdampak terhadap kerentanan keberlangsungan dan pertumbuhan potensi usaha.¹²

Modal merupakan aspek penting dalam melakukan usaha. Jika diibaratkan memulai usaha dengan membangun sebuah rumah, maka modal menjadi bagian pondasi dari rumah yang akan dibangun. Semakin kuat pondasi yang dibuat, maka semakin kokoh pula rumah yang dibangun. Begitu pula pengaruh modal terhadap sebuah bisnis, keberadaannya menjadi pondasi awal bisnis yang akan dibangun. Keterbatasan modal usaha merupakan masalah yang paling dominan ditemukan pada UMKM.¹³ Akses permodalan adalah kendala yang selalu dialami UMKM. Masalah akses permodalan disebabkan karena beberapa hal seperti kendala administrasi dan kendala-kendala lain yang membuat para pelaku UMKM sulit mendapatkan akses pembiayaan.¹⁴ Salah satu penyebab rendahnya pencapaian penyaluran kredit oleh pihak kreditur formal, khususnya perbankan yaitu karena lembaga penyalur kredit berhati-hati dalam memberikan akses kredit kepada para pelaku UMKM karena pihak penyalur kredit tidak dapat menilai kondisi dan kinerja UMKM yang sebenarnya dapat dituangkan dalam bentuk laporan keuangan UMKM. Adanya persyaratan administrasi dalam akses pembiayaan berupa pembuatan laporan keuangan UMKM merupakan hal yang sulit dipenuhi oleh para pelaku UMKM dikarenakan masih minimnya literasi keuangan pelaku UMKM yang meliputi kemampuan dan pengetahuan UMKM dalam melakukan pengelolaan dan

¹² Yudha Winter Pratama dan Candra Wijayangka, 'Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Akses Pembiayaan Pada Umkm', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3.2 (2019), 378–87.

¹³ Nabawi and Basuki. 'Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Modal Usaha Pengaruhnya Terhadap Pengembangan Usaha Umkm', *AL-ULUM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8.1 (2022), 111–20 <<https://doi.org/10.31602/alsh.v8i1.6837>>.

¹⁴ Suardana, Kadek Agus dan Musmini. 'Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan Dan Minat Menggunakan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Buleleng', *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha)*, 11.2 (2020), 191–202 <<https://doi.org/10.23887/JIMAT.V11I2.25918>>.

pencatatan keuangan, sehingga dapat memperkecil kesempatan UMKM dalam mendapatkan pembiayaan pada lembaga-lembaga penyedia kredit.¹⁵

Menurut penelitian Merdika Setya Aqida dan Shoimatul Fitria tahun 2019 yang berjudul “Pengaruh Akses Keuangan Terhadap Pertumbuhan UMKM Dengan Moderasi Literasi Keuangan Di Kota Semarang”, menyatakan bahwa akses keuangan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan UMKM, semakin baik akses keuangan, maka semakin tinggi pertumbuhan UMKM.¹⁶ Menurut penelitian Pariyem, Widiyanto dan Wijang Sakitri tahun 2020 yang berjudul “Variabel *Determinant* Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Pasar Srandol”, menyatakan bahwa modal usaha memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan UMKM di pasar Srandol.¹⁷ Namun menurut penelitian yang dilakukan oleh Diana, Luqman Hakim dan Muhammad Fahmi tahun 2022 berjudul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi UMKM Di Tangerang Selatan” dengan hasil penelitian menyatakan bahwa akses Permodalan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kinerja UMKM.¹⁸ Sedangkan menurut penelitian Diana Putri Oktarini, Jeni Susyanti, Nurhidayah tahun 2022 yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan Dan Penggunaan *Fintech* Terhadap Kinerja Umkm Di Kota

¹⁵ Yudha Winter Pratama dan Candra Wijayangka. ‘Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Akses Pembiayaan Pada Umkm’, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3.2 (2019), 378–87.

¹⁶ Merdika Setya Aqida and Shoimatul Fitria, ‘Pengaruh Akses Keuangan Terhadap Pertumbuhan UMKM Dengan Moderasi Literasi Keuangan Di Kota Semarang’, *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*, 2019 <<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>>.

¹⁷ Pariyem, Widiyanto dan Wijang Sakitri Pariyem, ‘Variabel Determinant Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Pasar Srandol’, *Economic Education Analysis Journal*, 9.1 (2020).

¹⁸ Diana Diana, Luqman Hakim, and Muhammad Fahmi, ‘Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Umkm Di Tangerang Selatan’, *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3.2 (2022), 67 <<https://doi.org/10.24853/jmmb.3.2.67-74>>.

Batu Pada Masa Pandemi Covid-19” hasil penelitian menyatakan bahwa akses permodalan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.¹⁹

Faktor yang mempengaruhi akses kredit UMKM pada lembaga penyedia modal adalah literasi keuangan pemilik UMKM. Bagi para pelaku UMKM, pemahaman mengenai literasi keuangan dalam pengelolaan keuangan sangat diperlukan. *Financial Literacy* adalah pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik serta dapat membantu dalam pengambilan suatu keputusan usaha. Seperti yang diketahui literasi keuangan berkaitan dengan kinerja UMKM, karena semakin besar *persentase financial literacy* pada UMKM maka kinerja UMKM akan semakin baik sehingga hal tersebut dapat membuat usahanya pun berkembang, karena dengan *persentase financial literacy* yang tinggi dapat membantu UMKM untuk mengoptimalkan kinerja usahanya dan berhati-hati dalam menjalankan operasionalnya.²⁰

Individu dan masyarakat dapat mengelola keuangan mereka dengan baik sehingga mencapai kemakmuran apabila mereka memahami tentang literasi keuangan. Mengelola keuangan yang baik dapat memberikan dampak positif bagi individu dan masyarakat diantaranya keterampilan dalam mengelola keuangan, pengambilan keputusan yang bijak dalam pengelolaan keuangan, meminimalisir risiko keuangan, memiliki kemampuan berinvestasi yang baik dan mampu mengatasi persoalan keuangan lainnya dimasa depan.²¹ Apabila

¹⁹ Jeni Oktarini, Diana Putri , Susyanti, ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan Dan Penggunaan Fintech Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Batu Pada Masa Pandemi Covid-19’, *E – Jurnal Riset Manajemen*, 11.20 (2020), 72–83.

²⁰ Suardana, Kadek Agus dan Musmini. ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan Dan Minat Menggunakan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Buleleng’, *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha)*, 11.2 (2020), 191–202 <<https://doi.org/10.23887/JIMAT.V11I2.25918>>.

²¹ Risa Nadya Septiani and Eni Wuryani, ‘Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo’, *E-Jurnal*

pelaku usaha pada sektor UMKM memiliki kemampuan dalam memahami literasi keuangan dengan baik, maka keputusan bisnis dan pengelolaan keuangan yang dihasilkan akan menuju ke arah yang berkembang yang membaik dari waktu ke waktu.

Keterampilan dalam pengelolaan keuangan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan usaha agar dapat mengurangi masalah keuangan, sumber dana, mengalokasikan dana, dan mendistribusikan keuntungan dari usaha. Begitupun dalam agama Islam yang sangat memperhatikan literasi. Di dalam Al-Qur'an juga terdapat ayat-ayat yang berkaitan dengan kekayaan dan keuangan, seperti zakat, shodaqah, wakaf, dan haji, sehingga diperlukan perencanaan keuangan. Islam sebagai agama yang mengatur semua aspek kehidupan memberikan arahan dalam hal mendapatkan pendapatan atau penghasilan, mengkonsumsinya, menabung, berinvestasi, mengelola harta, dan segala aspek yang berkaitan dengan keuangan. Pengelolaan keuangan juga sangat penting untuk pengelolaan keuangan personal (pribadi) maupun untuk perusahaan, baik skala mikro, kecil dan menengah.

Namun, banyak dari pelaku UMKM tidak memiliki perencanaan anggaran yang matang sehingga sasaran keuangan serta anggaran keuangan tidak mencapai tujuan yang diinginkan dan kurang adanya inovasi dalam mengembangkan usaha sehingga usaha mereka tidak dapat berkembang, ini dapat dilihat dari adanya kesamaan menu yang dijual atau tidak adanya pembeda antara produk pada pelaku usaha satu dengan yang lainnya. Pelaku UMKM yang kurang memahami pentingnya melakukan pencatatan apabila usaha yang dijalankan dikelola oleh orang lain, jika usaha dijalankan dikelola sendiri maka yang dicatat hanyalah transaksi pembelian saat membeli bahan baku usaha dan hanya beberapa orang yang melakukan pencatatan penjualan produk. Kebanyakan dari pelaku UMKM tidak melakukan pelaporan

keuangan dikarenakan enggan atau tidak berniat dalam membuat laporan keuangan. Sebagian pelaku UMKM ketika memiliki pendapatan dari pelanggan, kurang mengelola antara pendapatan usaha dengan biaya pribadi karena sebagian pendapatan tersebut tidak dipergunakan untuk kebutuhan bisnisnya melainkan untuk keperluan pribadi, itulah yang biasanya menjadi faktor penghambat usaha untuk berkembang. Pelaku UMKM tidak mengelola keuangannya dengan baik sehingga tidak mengetahui dengan jelas keadaan keuangan usahanya dan mengakibatkan kerugian pada usaha yang dijalankan. Bahkan terdapat beberapa pelaku usaha yang memilih tidak melanjutkan usaha yang sudah dirintisnya tersebut.²²

Banyak pelaku usaha yang mengeluhkan tentang perkembangan usahanya. Hal tersebut disebabkan karena kekurangan modal dalam bentuk uang. Begitu pula banyak kegiatan usaha mikro yang mengalami kegagalan atau bangkrut dikarenakan tidak mampu mengelola keuangan dengan baik. Pemahaman mengenai manajemen keuangan tidak hanya sekedar bagaimana cara mengelola uang kas, tetapi juga bagaimana cara mengelola keuangan untuk dapat menghasilkan keuntungan. Walaupun terlihat sangat sederhana dan mudah, setiap pelaku UMKM penting untuk menerapkan pengelolaan keuangan yang baik, setidaknya pelaku UMKM minimal mempunyai buku catatan kas masuk dan kas keluar. Para pelaku UMKM cenderung memandang pengelolaan keuangan sebagai kegiatan yang berjalan begitu saja tanpa perlu melakukan pengendalian. Apabila bisnis terlihat bagus, maka keuangan bisnis juga akan sama bagusnya. Namun pada kenyataannya, penghasilan yang diperoleh seringkali tidak berimbang dan sebanding dengan pengeluaran, sehingga banyak pelaku usaha

²² Shintia Kodu, et. al., 'Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM Di Foodcourthalal Sabilurrasyad Universitas Negeri Gorontalo', *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 09.1 (2023), 437–48.

yang kehabisan modal usaha tanpa mengetahui kemana uang tersebut dibelanjakan.

Kondisi tersebut seringkali disebabkan karena keuangan usaha mikro yang dikelola tidak dipisahkan dengan keuangan keluarga. Oleh sebab itu, untuk menjaga keberlangsungan kegiatan usaha diperlukan pengetahuan, keterampilan serta sikap perilaku untuk dapat mengelola seluruh aspek usaha dengan baik. Khususnya pada bidang keuangan diperlukan perhatian lebih baik dan serius karena keuangan merupakan jiwa dan darah seluruh kegiatan usaha. Salah satu cara untuk mengendalikan keuangan, diperlukan suatu keberanian untuk dapat melakukan kontrol supaya usaha tetap berjalan sementara kebutuhan keluarga juga dapat terpenuhi. Untuk memudahkan pengawasan, pengusaha harus disiplin dan bijak dalam mendayagunakan uangnya, serta perlu dilakukan pencatatan untuk setiap penerimaan maupun pengeluaran, karena dengan adanya catatan keuangan ini dapat diketahui semua rincian dan rangkuman penerimaan dan penggunaan uang.²³

Menurut penelitian Merdika Setya Aqida dan Shoimatul Fitriah tahun 2019 yang berjudul “Pengaruh Akses Keuangan Terhadap Pertumbuhan UMKM Dengan Moderasi Literasi Keuangan Di Kota Semarang”, menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM, jadi semakin baik literasi keuangan, maka semakin tinggi pertumbuhan UMKM.²⁴ Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Kadek Diki Nugraha Sugita dan Ni Nengah Seri Ekayani tahun 2022, yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Akses Permodalan Terhadap

²³ Pitter Leiwakabessy dan Fensca F. Lahallo, ‘Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Sebagai Solusi Dalam Meningkatkan Produktivitas Usaha Pada UMKM Kabupaten Sorong’, *J-DEPACE (Journal of Dedication to Papua Community)*, 1.1 (2018), 11–21.

²⁴ Aqida and Fitriah. ‘Pengaruh Akses Keuangan Terhadap Pertumbuhan UMKM Dengan Moderasi Literasi Keuangan Di Kota Semarang’, *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*, 2019

Keberlanjutan UMKM Pada Bidang Fashion Di Kota Denpasar”, hasil uji hipotesis membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keberlanjutan UMKM pada UMKM di bidang Fashion Kota Denpasar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan, maka akan semakin meningkatkan keberlanjutan UMKM.²⁵

Menurut penelitian Mei Ruli Ninin Hilmawati dan Rohmawati Kusumaningtias tahun 2021 yang berjudul “Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro Kecil Dan Menengah”, menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Kota Surabaya. Literasi keuangan memiliki kontribusi besar dalam mendukung peningkatan kinerja UMKM.²⁶ Sedangkan menurut penelitian Emely Lisbet Uta Bahiu, Ivonne S. Saerang dan Victoria N. Untup tahun 2021 berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan Terhadap Keuangan UMKM Di Desa Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud”, dengan hasil penelitian menyatakan bahwa variabel literasi keuangan tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keuangan UMKM pada pelaku UMKM yang ada di desa Gemeh.²⁷

²⁵ Ni Nengah Seri Ekayani I Kadek Diki Nugraha Sugita, ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Akses Permodalan Terhadap Keberlanjutan UMKM Pada Bidang Fashion Di Kota Denpasar’, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 8.1 (2022), 117–25.

²⁶ Mei Ruli Ninin Hilmawati dan Rohmawati Kusumaningtias, ‘Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro Kecil Dan Menengah’, *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 10.1 (2021).

²⁷ V. N. Bahiyu, E. L. U., Saerang. I. S., & Untu, ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan Terhadap Keuangan UMKM Di Desa Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud’, *Jurnal EMBA : Emely Lisbet Uta Bahiu Ivonne S. Saerang Victoria N. Untu3 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas*, 9.3 (2021), 1819–28.

Permasalahan pengembangan usaha selanjutnya yaitu mengenai kualitas sumber daya manusia. Kualitas sumber daya manusia merupakan suatu hal yang penting dalam perkembangan suatu usaha secara keseluruhan. Kualitas sumber daya manusia yang baik dalam organisasi dapat menjadi suatu faktor yang berpengaruh dalam mengembangkan kegiatan suatu usaha. Mengembangkan usaha berarti melakukan upaya-upaya yang bertujuan untuk dapat memberikan perubahan yang lebih baik terhadap usaha yang dijalankan selama ini. Kinerja suatu organisasi sangat ditentukan oleh sumber daya manusia yang berada di dalamnya. Jika sumber daya manusia mempunyai motivasi tinggi, kreatif dan mampu mengembangkan inovasi, kinerjanya akan menjadi semakin baik.²⁸

Selain itu dalam dunia bisnis yang semakin berkembang dengan pesatnya, maka semakin banyak perusahaan yang berdiri sehingga terjadi banyak persaingan yang semakin tajam di perusahaan yang sejenis. Seiring berkembangnya zaman yang semakin pesat maka seorang wirausaha harus lebih kreatif dan inovatif dalam membuat produk sehingga bisnis yang dijalankan dapat berkembang seiring dengan banyaknya persaingan. Sebuah usaha tanpa adanya kreativitas dan inovasi maka usaha yang dijalankan tidak akan pernah maju dan konsumen juga merasa bosan untuk membeli produk yang dihasilkan.

Seorang wirausaha yang berperan dalam mengembangkan kekreatifan dalam membuat sebuah produk akan menjadi penggerak perekonomian yang cukup besar. Selain itu juga dengan banyaknya wirausaha akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan berkurangnya angka pengangguran. Seorang wirausaha diharapkan mempunyai kreativitas yang menarik serta mampu menguasai

²⁸ Nabawi and Basuki. 'Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Modal Usaha Pengaruhnya Terhadap Pengembangan Usaha Umkm', *AL-ULUM : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8.1 (2022), 111–20 <<https://doi.org/10.31602/alsh.v8i1.6837>>.

banyak informasi dari berbagai hal. Selain itu juga, seorang wirausaha harus mempunyai keahlian atau skill yang berbeda dari wirausaha-wirausaha lain. Kemampuan diri dari seorang wirausaha menjadi ciri khas yang unik dari produk-produk yang dihasilkannya dan diharapkan akan mampu menghadapi persaingan yang tidak dapat diprediksi.²⁹

Menghadapi permasalahan dan tantangan dalam sebuah usaha tentunya seorang pelaku usaha harus mempunyai karakter dan sikap kewirausahaan dalam menjalankan dan menciptakan produk dalam usahanya. Salah satu cara untuk menghadapi sebuah tantangan dalam usaha berbisnis yaitu dengan menerapkan ide kreatif dan inovatif sehingga akan berkreasi dalam menciptakan sebuah produk, maka akan menjadi nilai tambah yang berkedudukan sebagai keunggulan produk. Dengan adanya keunggulan yang menjadi daya saing dalam berbisnis maka juga akan menciptakan peluang wirausaha. Dalam sebuah usaha juga tentunya mendapatkan keuntungan dan juga menaikkan omset pendapatan dengan memperhatikan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, untuk mendapatkan kepuasan pelanggan terhadap bisnis yang dijalankan maka dengan cara menambah nilai tambah dengan adanya keunggulan terhadap produk dan jasa layanan yang diberikan dengan cara yang baik serta sopan berdasarkan etika berbisnis.³⁰

Selain itu, menurut Serly Darmayanti et.al., permasalahan yang dihadapi pada sumber daya manusia sebenarnya yaitu rendahnya produktivitas pada penciptaan produk baru akibat kurangnya daya kreativitas sehingga kinerja pemasaran tidak berjalan dengan stabil. Upaya dalam

²⁹ Ni Ketut Arniti, 'Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Kreativitas Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Kerajinan Batu Padas Banjar Silakarang, Gianyar', *Media Bina Ilmiah*, 13.11 (2019), 1753 <<https://doi.org/10.33758/mbi.v13i11.258>>.

³⁰ Novita Mega Angel Virdianasari, 'Analisis Pengaruh Kreatif Dan Inovatif Di Dunia Bisnis Kewirausahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Niqosiyah: Journal of Economics and Business Research*, 1.1 (2021), 37-47 <<https://doi.org/10.21154/niqosiyah.v1i1.81>>.

menciptakan kreativitas pada produknya, UMKM harus mempunyai keunggulan kompetitif dengan cara memanfaatkan teknologi yang ada saat ini. Kreativitas produk juga memiliki peran penting dalam memenangkan persaingan, mempertahankan keunggulan produk. Seorang wirausaha menciptakan kreativitas produk merupakan sesuatu keharusan untuk dapat memenangkan persaingan dengan produk yang berkualitas dan keinginan konsumen yang tidak pasti. Maka dengan adanya kreativitas yang dilakukan sebuah UMKM akan mampu bersaing di dunia bisnis. Persaingan dalam dunia bisnis menimbulkan efek dinamis dalam perkembangan dunia usaha, karena UMKM berlomba-lomba dalam menghasilkan suatu produk baru dengan kreativitas yang berbeda dan tidak hanya itu UMKM juga berusaha menciptakan formula yang lebih baik dari pesaingnya.³¹ Kurangnya tingkat kreativitas yang dimiliki pelaku usaha dapat dilihat dari cara pelaku usaha dalam merespon keinginan konsumen sehingga produk yang dihasilkan masih monoton. Selain itu, pelaku usaha kesulitan dalam menciptakan nilai lebih pada produknya dan pengemasan produk yang kurang menarik juga dapat menyebabkan tingkat penjualan rendah.³²

Kreativitas tidak hanya dalam penciptaan produk baru saja. Dalam strategi pemasaran dibutuhkan kreativitas atau tindakan baru yang berbeda untuk memperluas daya jual produk di pasar. Kreatif dikatakan *focus* dalam hal yang segar dan terkini, kreatif membutuhkan perluasan preferensi terupdate serta global dan berani sebab termasuk salah satu bentuk pemecah usaha demi usaha yang dilakukan setiap harinya. Selain unsur kreatif dalam meningkatkan daya jual produk di

³¹ Serly Darmayanti and others, 'Penerapan Sistem Pemasaran Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Bintang Nauli Boneka', *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 2.1 (2022), 291–300.

³² Desi Ayu Rizky, 'Pengaruh Kreativitas, Motivasi Dan Efikasi Diri Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Pelaku UMKM Makanan Di Kabupaten Purworejo)', *Jurnal Volatilitas*, 5.1 (2023), 36.

pasarannya, juga dibutuhkan strategi inovasi produk yang tepat, inovasi dibutuhkan agar UMKM mampu beradaptasi dengan perubahan dunia bisnis yang tergolong cepat. Dalam suatu pemasaran dibutuhkan gagasan-gagasan cemerlang, seperti perhitungan-perhitungan yang akurat yang kemudian memberikan hasil dari ide kreatif dalam sebuah pelayanan yang adapat memberikan citra dan nilai lebih unik dan menarik dimata konsumen.³³

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Takhim dan Meftahudin tahun 2018 yang berjudul “Analisis Pengaruh Modal Usaha, Kreatifitas dan Daya Saing Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Kasus pada Bengkel Las di Kabupaten Wonosobo)”, menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap pengembangan UMKM.³⁴ Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Soriyani Harahap dan Nur’ain Harahap tahun 2022 yang berjudul “Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang”, menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hal ini berarti semakin baik kreativitas yang dipunyai, maka keberhasilan usaha pada UMKM semakin meningkat.³⁵ Menurut penelitian yang dilakukan oleh Andini Wulandari tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Kreativitas Wirausaha Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap

³³ M. Fathrezza Imani, M. Khoiril Fikri, and Almas Filzah, ‘Pengaruh Kreatif, Inovasi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Daya Beli Konsumen’, *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2.1 (2022), 117–38 <<https://doi.org/10.55606/jimek.v2i1.160>>.

³⁴ Muhamad dan Meftahudin Takhim, ‘Analisis Pengaruh Modal Usaha , Kreatifitas Dan Daya Saing Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Kasus Pada Bengkel Las Di Kabupaten Wonosobo)’, *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 1.1 (2018), 65–73.

³⁵ Nur’ain Harahap Soriyani Harahap, ‘Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang’, *E Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 2.2 (2022), 61–70.

Perkembangan Usaha Terdampak Covid-19 (Studi Kasus Umkm Bidang Kuliner Di Rumah Kreatif BUMN Bandung)”. Hasil penelitiannya yaitu dari hasil penelitian secara parsial untuk menguji pengaruh terhadap Kreativitas Wirausaha diperoleh hasil terdapat pengaruh yang signifikan Terhadap Perkembangan Usaha pada UMKM Kuliner di Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung. Maka semakin baik Kreativitas Wirausaha maka Perkembangan Usaha pun akan semakin meningkat.³⁶

Permasalahan selanjutnya yaitu mengenai pemasaran. Perkembangan zaman yang semakin pesat membawa teknologi masuk dalam dunia bisnis dengan memberikan segala kemudahan untuk setiap penawaran produk melalui pemasaran secara online. Strategi pemasaran melalui *digital marketing* menggunakan media sosial menjadi salah satu strategi yang sangat diminati banyak masyarakat, karena model pemasaran dengan menggunakan media sosial mampu memperlancar berbagai kegiatan dalam berbisnis. Melalui *digital marketing* dapat memudahkan pelaku usaha UMKM untuk memberikan informasi kepada pembeli, mengkomunikasikan, mempromosikan, dan menjual produk dan jasanya lewat internet. Untuk mendukung usaha yang dijalankan, mereka juga melakukan pemasaran secara *online* dengan memanfaatkan *smartphone*, yaitu sebagai alat pemasaran produk mereka. Untuk berkomunikasi dan menawarkan produk dengan konsumen, mereka menggunakan *digital marketing* melalui media sosial sebagai perantara, mulai dari *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, dan lain sebagainya.³⁷

³⁶ Andini Wulandari, ‘Pengaruh Kreativitas Wirausaha Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Terdampak Covid-19 (Studi Kasus Umkm Bidang Kuliner Di Rumah Kreatif BumN Bandung) - Elibrary Unikom’ (Universitas Komputer Indonesia, 2020) <<https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3765/>> [accessed 4 April 2022].

³⁷ Darmayanti and others. ‘Penerapan Sistem Pemasaran Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Bintang Nauli

Berdasarkan pernyataan dari Gubernur Lampung Arinal Djunaidi bahwa melalui digitalisasi dapat memperluas akses pasar pada UMKM. Ia mengatakan bahwa UMKM harus terus bergerak, berinovasi dan berkeaktivitas dalam menjalankan usahanya. Pengembangan UMKM melalui digitalisasi UMKM diharapkan menjadi upaya untuk membangkitkan perekonomian melalui sektor UMKM.³⁸ Menurut Kantor Perwakilan (KPw) Bank Indonesia (BI) Provinsi Lampung mencatat sebanyak 70,3% UMKM Lampung telah bergabung dalam ekosistem digital selama pandemi Covid-19 berlangsung.

Permasalahan mengenai *digital marketing* yaitu, pelaku UMKM tidak mengikuti perkembangan digital, terutama karena kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran digital. UMKM di Indonesia tidak semuanya mampu mengubah pola pemasaran mereka dengan pemasaran digital. Alasan belum optimalnya penggunaan pemasaran digital oleh UMKM yaitu faktor latar belakang pendidikan yang rendah dan kurangnya pengetahuan tentang *internet*, pengembangan, dan teknologi.³⁹ Menurut penelitian Andika Yunianto dan Nafisah Yuliani, tantangan yang dihadapi dalam pemasaran digital adalah kurangnya pengetahuan dan pemahaman terhadap kegiatan *digital marketing* yang ditunjukkan oleh pelaku usaha mikro, kecil dan menengah belum memaksimalkan dalam penggunaan media sosial dalam pemasaran produknya. Diperlukan pengelolaan

Boneka', *INNOVATIVE : Journal of Social Science Research*, 2.1 (2022), 291–300.

³⁸ lampung-antaranews-com.cdn.ampproject.or, 'Gubernur Lampung Sebut Digitalisasi Justru Perluas Akses PasarUMKM', [³⁹ Nurul Rizka Arumsari, Nurzahroh Lailiyah, and Tina Rahayu, 'Peran Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi Di Kelurahan Plamongansari Semarang', *SEMAR \(Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat\)*, 11.1 \(2022\), 92 <<https://doi.org/10.20961/semar.v1i1.57610>>.](https://LampungAntaraneewsCom.Cdn.Ampproject.Org/v/s/Lampung.Antaraneews.Com/Amp/Berita/661545/GubernurLampungSebutDigitalisasiJustruPerluasAksesPasarUkm?Amp_js_v=a6&Amp_gsa=1&usqp=mq33IAQKKAFAQrABIACAw%3D%3D#aoh=16702364566431&referrer=https%3A, 2022.</p>
</div>
<div data-bbox=)

waktu, menyisihkan waktu untuk membuat konten iklan atau promo produknya. Kurangnya pemanfaatan *digital marketing* yang dapat berimbas pada jangkauan para pelanggan menjadi kurang maksimal dan informasi yang kurang jelas membuat daya tarik jual sangat kecil. Kurangnya *feedback* pelaku UMKM terhadap kepuasan pelanggan yang dapat berdampak pada pengambilan keputusan untuk membeli atau menggunakan produk kembali, umpan balik atau keluhan. Hal ini penting untuk dilakukan agar mendapat kepercayaan pelanggan kepada pelaku UMKM.⁴⁰

Menurut penelitian Cici Novita dan Abdul Malik tahun 2021 yang berjudul “Pengaruh Pemanfaatan *Digital Marketing* Terhadap Keberlangsungan Kegiatan UMKM Di Desa Cempedak Lobang Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai”, menyatakan bahwa variabel *digital marketing* memiliki pengaruh positif terhadap keberlangsungan kegiatan UMKM di Desa Cempedak Lobang Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai.⁴¹ Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fenny Krisna Marpaung dan Hendra Jonathan Sibarani tahun 2018 yang berjudul “Bagaimana Pengaruh *Digital Marketing* Dan *Capacity Building* Terhadap Kinerja UKM Di Kota Medan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UKM di Kota Medan.⁴²

⁴⁰ Andika Yunianto and Nafisah Yuliani, ‘Penggunaan Digital Marketing Dalam Keberlangsung Pemberdayaan Perekonomian Upada Masa Pandemi MKM’, *Jurnal Esensi Infokom : Jurnal Esensi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer*, 6.1 (2022), 59–63 <<https://doi.org/10.55886/infokom.v6i1.457>>.

⁴¹ Cici Novita and Abdul Malik, ‘Pengaruh Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Keberlangsungan Kegiatan UMKM Di Desa Cempedak Lobang Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai’, *Jurnal Mutiara Manajemen*, 6.2 (2021).

⁴² Hendra Jonathan Sibarani dan Fenny Krisna Marpaung, ‘Bagaimana Pengaruh Digital Marketing Dan Capacity Building Terhadap Kinerja UKM Di Kota Medan’, *Jurnal Akrab Juara*, 3.4 (2018)

Sedangkan menurut Nafa Grilda Sagita, Maulidiyah Kartikasari, Maulana Hussein Asyrofi, dan Kinanti Resmi Hayati tahun 2022 berjudul “Optimalisasi *Digital Marketing* untuk Pengembangan UMKM Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya”, dengan hasil penelitian menyatakan bahwa berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat memperlihatkan bahwa penerapan penggunaan digitalisasi di Kebonsari sudah berjalan, tetapi pemahaman mengenai *digital marketing* dari pelaku UMKM masih kurang untuk memasarkan produk usahanya sehingga tidak maksimalnya omset yang diharapkan. Maka yang dilakukan UMKM di industri kuliner di Surabaya khususnya kecamatan Jambangan, Kelurahan Kebonsari harus lebih meningkatkan kualitasnya dalam penggunaan *digital marketing* pada pengembangan usahanya.⁴³

Kecamatan Natar merupakan salah satu bagian dari wilayah Kabupaten Selatan yang membawahi 26 Desa dengan luas wilayah 269,58 km² atau 11,89 persen dari luas daratan Kabupaten Lampung Selatan. Kecamatan Natar dihuni oleh berbagai etnis/suku baik penduduk asli maupun pendatang. Ibukota Kecamatan Natar terletak di Desa Merak Batin. Jumlah penduduk Kecamatan Natar tahun 2021 yaitu sebanyak 191.005 jiwa. kepadatan penduduk terbesar di Kecamatan Natar berada di desa Merak Batin sebanyak 5.567 jiwa/km². jika dilihat dari kelompok umur, jumlah penduduk usia produktif (15-64 tahun) di Kecamatan Natar lebih besar daripada usia non-produktif (0-14 tahun dan 65 tahun keatas). Angka rasio ketergantungan di Kecamatan Natar yaitu sebesar 42,01 persen, artinya setiap 100 orang yang berusia kerja (dianggap produktif) mempunyai

⁴³ Nafa Grilda Sagita and others, ‘Optimalisasi Digital Marketing Untuk Pengembangan UMKM Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya’, *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2.4 (2022), 1325–32 <<https://doi.org/10.54082/jamsi.430>>.

tanggungan sebanyak 42 orang yang belum produktif dan dianggap tidak produktif lagi.⁴⁴

Merak Batin adalah desa yang berada di kecamatan Natar, kabupaten Lampung Selatan Provinsi Lampung. Desa Merak Batin terletak di Jalan Lintas Sumatra tepatnya KM 29, serta berada sekitar 80 km dari Ibukota, Kabupaten. Desa Merak Batin memiliki luas wilayah 2.072 Ha, yang terdiri dari lahan pemukiman 1.351 Ha, lahan persawahan 250 Ha, lahan perkebunan 400 Ha, lahan peternakan 55 Ha, dan lahan lainnya 6 Ha. Dibanding dengan desa lain yang ada di Kecamatan Natar, desa Merak Batin masih tergolong desa berkembang, baik dari segi perekonomian maupun sarana dan prasarana. Desa Merak Batin memiliki jumlah penduduk 14.288 jiwa, yang terdiri dari laki-laki 7.296 jiwa, perempuan 6.992 jiwa dan 4.009 KK. Desa Merak Batin memiliki visi “Dengan Memaksimalkan Potensi Sumber Daya Manusia Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Merak Batin” dengan salah satu misinya yaitu meningkatkan keterampilan dan kualitas sumber daya manusia masyarakat dan mengadakan permodalan untuk usaha kecil, memperluas lapangan kerja dan manajemen usaha masyarakat. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa UMKM dapat menjadi penopang bagi perekonomian suatu negara, karena UMKM mampu menyerap banyak tenaga kerja. Hal tersebut juga dapat diterapkan di desa Merak Batin untuk mengurangi pengangguran dan dapat menciptakan peluang lapangan kerja serta dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sehingga dapat mengurangi tingkat kemiskinan dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang ada di Desa Merak batin. Di desa Merak Batin saat ini memiliki banyak pelaku usaha UMKM, baik pelaku UMKM lama maupun yang baru bermunculan. Namun, jumlah UMKM

⁴⁴ Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan, ‘Kecamatan Natar Dalam Angka 2022’, *Lampungselatankab.Bps.Go.Id*, 2022 <<https://lampungselatankab.bps.go.id/publication.html?page=6>>.

yang terdaftar di Kelurahan Merak Batin yaitu 206 UMKM. Berikut data UMKM desa Merak Batin:

Tabel 1.1
Jumlah UMKM Di Desa Merak Batin

No	Dusun	Jumlah UMKM
1	Pasar Lama	60
2	Srikaton	38
3	Merak Batin Induk	26
4	Tanjung Senang	70
5	Tanjung Waras	12
Jumlah		206

Sumber : Kantor Kelurahan Desa Merak Batin

Berdasarkan hasil survey yang penulis lakukan pada UMKM yang ada di desa Merak Batin, penulis menemukan permasalahan terkait pengembangan usaha pada UMKM di wilayah tersebut. Permasalahan yang menghambat para UMKM untuk berkembang, seperti masalah kekurangan modal, hal tersebut berdasarkan pernyataan dari Bapak Aldi, Bapak Mujiono, Bapak Sutrisyanto, Bapak Narto dan Ibu Yuniar selaku pelaku UMKM di desa Merak Batin yang mengatakan bahwa terdapat keinginan untuk memperbesar usahanya, namun terkendala oleh modal. Lalu minimnya pengetahuan tentang pinjaman modal usaha bagi pemilik UMKM, terdapat beberapa UMKM yang takut untuk meminjam di bank karena takut tidak dapat membayar cicilan maupun takut karena terdapat riba didalamnya hal tersebut berdasarkan pernyataan dari Bapak Aldi dan Bapak Supriyadi selaku pelaku UMKM desa Merak Batin.

Kemudian kurangnya pemahaman serta kemampuan terkait literasi keuangan, yaitu seperti tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga keuangan, kurangnya pengetahuan tentang asuransi, tabungan maupun investasi, mereka masih mencampurkan uang usaha dengan uang pribadi karena usaha yang dijalankan dipegang oleh pemilik usaha sendiri, hal tersebut berdasarkan pernyataan dari Ibu Yuniar selaku pelaku UMKM di Desa Merak Batin. Serta terdapat pelaku UMKM yang tidak melakukan

pembukuan terkait pemasukan, pengeluaran, maupun laba rugi usahanya. Hal tersebut berdasarkan pernyataan dari Bapak Sutrisyanto yang mengatakan bahwa beliau tidak melakukan pencatatan atau pembukuan mengenai penerimaan atau pengeluaran. Beliau mengatakan bahwa ia pernah hampir bangkrut karena mempekerjakan orang lain namun tidak melakukan pembukuan.

Lalu kurangnya pengetahuan terkait *digital marketing* terhadap sejumlah UMKM, sehingga banyak UMKM yang masih memfokuskan pada penjualan *offline* atau tradisional karena mereka menganggap penjualan *offline* lebih mudah dan lebih praktis, kurang optimal dalam menggunakan *digital marketing*. Seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh Ibu Yuniar dan Bapak Sutrisyanto selaku pelaku UMKM desa Merak Batin yang mengatakan bahwa beliau tidak menggunakan media sosial dalam pemasaran produknya, karena tidak punya dan tidak bisa menggunakan *smartphone* sehingga tidak dapat memasarkan produknya secara *online*. Sedangkan Bapak Mujiono mengatakan bahwa ia tidak menggunakan media sosial karena takut produk yang dijual tidak sesuai dengan gambar yang dipromosikan. Banyak pelanggan yang bercerita mengenai kekecewaannya membeli secara *online*. Sehingga hal tersebut membuatnya takut mengecewakan konsumen apabila berjualan secara online dan produk yang dijual tidak sesuai dengan gambarnya.

Kemudian para pelaku UMKM sulit untuk merealisasikan ide-ide yang ada karena terdapat kendala seperti modal, waktu, tenaga dan kepercayaan, sehingga ide-ide tersebut belum dapat terealisasikan dengan baik, hal tersebut berdasarkan pernyataan dari Bapak Mujiono selaku pelaku UMKM di Desa Merak Batin.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Risa Nadya Septiani dan Eni Wuryani tahun 2020 yang berjudul “*Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Di Sidoarjo*”, menyarankan bahwa bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan perkembangan kinerja UMKM melalui variabel literasi

keuangan, maupun melalui variabel-variabel lain yang mempengaruhinya.⁴⁵ Dari saran tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian sejenis dengan variabel dependen (Y) yang berbeda yaitu Pengembangan Usaha pada UMKM dengan melakukan penelitian ditempat yang berbeda, yaitu pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan, serta dengan menambah variabel independen (X), yaitu akses permodalan, kreativitas dan *digital marketing*.

Berdasarkan paparan diatas maka penulis tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul “**Pengaruh Akses Permodalan, Financial Literacy, Kreativitas Dan Digital Marketing Terhadap Pengembangan Usaha Pada UMKM Di Desa Merak Batin Kecamatan Natar Tahun 2023**”.

C. Identifikasi Dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah-masalah yang ada dalam latar belakang masalah yang telah dijabarkan diatas adalah sebagai berikut:

- a. Seiring berkembangnya zaman pelaku usaha UMKM semakin pesat, namun masih terkendala oleh pembiayaan, kualitas sumber daya, teknologi serta pemasaran, dengan kemudahan akses permodalan, pengetahuan dan pemahaman tentang literasi keuangan, meningkatkan kreativitas sehingga dapat bersaing seiring banyaknya pesaing-pesaing baru yang muncul dan pemahaman mengenai manfaat penggunaan *digital marketing* untuk membantu memasarkan produk lebih luas membuat pelaku UMKM mampu untuk dapat membuat usahanya lebih maju dan berkembang.

⁴⁵ Septiani and Wuryani. ‘Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo’, *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9.8 (2020), 3214
<<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p16>>

2. Batasan Masalah

Untuk mengarahkan analisis dan pengumpulan data penulis membuat batasan masalah sebagai berikut:

- a. Variabel yang akan diteliti yaitu akses permodalan, *financial literacy*, kreativitas dan *digital marketing*.
- b. Sampel penelitian adalah UMKM yang berada di desa Merak Batin Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Apakah akses permodalan berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar?
2. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar?
3. Apakah Kreativitas berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar?
4. Apakah *Digital Marketing* berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar?
5. Apakah Akses Permodalan, *Financial Literacy*, Kreativitas dan *Digital Marketing* berpengaruh secara simultan terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar?
6. Bagaimana pengembangan Usaha pada UMKM dalam perspektif ekonomi Islam?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh akses permodalan terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar.

2. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Literacy* terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kreativitas terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Digital Marketing* terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar.
5. Untuk mengetahui pengaruh Akses Permodalan, *Financial Literacy*, Kreativitas dan *Digital Marketing* secara simultan terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar.
6. Untuk mengetahui bagaimana Pengembangan Usaha pada UMKM dalam perspektif ekonomi Islam.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak seperti:

1. Bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan kepada pemilik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) tentang strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha serta dapat menambah pengetahuan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat menghambat perkembangan suatu usaha dengan harapan tujuan untuk mengembangkan usahanya dapat tercapai.

2. Bagi penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan kanzanah ilmu pengetahuan serta pengalaman bagi penulis mengenai variabel-variabel penelitian yang terdapat dalam penelitian ini.

3. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi akademisi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya dan hasil penelitian dapat menjadi tambahan informasi dalam penelitian serupa.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dari banyaknya literatur yang menjadi sumber referensi, penelitian terdahulu yang dilakukan berasal dari jurnal dan skripsi dengan melihat hasil penelitian dan akan membandingkan dengan penelitian selanjutnya, diantaranya sebagai berikut.

1. Merdika Setya Aqida dan Shoimatul Fitria tahun 2019 berjudul “Pengaruh Akses Keuangan Terhadap Pertumbuhan UMKM Dengan Moderasi Literasi Keuangan Di Kota Semarang” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa akses keuangan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan UMKM dan literasi keuangan berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM. Sedangkan variabel literasi keuangan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan UMKM.

Persamaan : ingin mengetahui pengaruh akses keuangan dan literasi keuangan.

Perbedaan : penelitian terdahulu menggunakan variabel dependen pertumbuhan UMKM, sedangkan penelitian sekarang menggunakan pengembangan usaha pada UMKM.

2. Diana Putri Oktarini, Jeni Susyanti, Nurhidayah tahun 2022 berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan Dan Penggunaan Fintech Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Batu Pada Masa Pandemi Covid-19” dengan hasil penelitian menyatakan bahwa akses permodalan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha pada sub sektor kuliner sebagian besar menggunakan modal sendiri atau modal internal, tetapi disetiap usaha tidak tergantung dengan adanya modal asing atau modal eksternal, maka akses permodalan yang dihasilkan tidak terpengaruh untuk meningkatkan kinerja UMKM. Sedangkan literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM pada sub sektor kuliner di kota Batu dapat dikatakan mereka telah mempunyai pengetahuan tentang keuangan dan pengetahuan dalam menyusun keuangan yang cukup baik.

Persamaan : ingin mengetahui pengaruh literasi keuangan dan akses permodalan.

Perbedaan : pada penelitian terdahulu menggunakan variabel dependen kinerja UMKM, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel pengembangan usaha pada UMKM. Pada penelitian sebelumnya menggunakan jenis penelitian *explanatory research* dengan metode pendekatan kuantitatif, sedangkan penelitian sekarang menggunakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif.

3. Kadek Agus Suardana Dan Lucy Sri Musmini tahun 2020 berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan Dan Minat Menggunakan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Buleleng” dengan hasil penelitian menyatakan bahwa variabel akses permodalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Buleleng. Sedangkan variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Buleleng.

Persamaan : ingin mengetahui pengaruh literasi keuangan dan akses permodalan dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Perbedaan : pada penelitian sekarang menggunakan variabel dependen pengembangan usaha pada UMKM di desa Merak Batin pada penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan program SPSS Versi 20.0, sedangkan penelitian sekarang menggunakan teknik analisis SEM dengan bantuan *software* statistik, yaitu SmartPLS 3.0.

4. Sarah Mardiana tahun 2022 berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Modal, Akses Pemasaran (Gofood) Dan Inovasi Teknologi Pembayaran (Gopay) Terhadap Kinerja UMKM Mitra Gofood Dalam Aplikasi Gojek Di Kabupaten Bekasi”, dengan hasil penelitian menyatakan bahwa akses modal terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Mitra Gofood. Sedangkan variabel literasi

keuangan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM mitra gofood.

Persamaan : ingin mengetahui pengaruh literasi keuangan dan akses permodalan.

Perbedaan : penelitian terdahulu menggunakan metode pengolahan data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Data diolah menggunakan alat analisis SPSS versi 25, sedangkan sekarang menggunakan teknik *analisis Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan software SmartPLS 3.0.

5. Putri Julaiha, Ni Nyoman Yuliati, Sofiati Wardah tahun 2023 berjudul “Peningkatan Kemampuan Perilaku Keuangan Berbasis Financial Technology pada UMKM Kreatif di Kota Mataram”, dengan hasil penelitian Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan pada UMKM Kreatif di Kota Mataram. Hal tersebut dapat dilihat dari t hitung sebesar $0,177 < 1,997$ dan signifikansi $0,907 >$ dari taraf signifikansi 5% atau 0,05. Hal ini berarti tingkat pengetahuan literasi keuangan tidak berdampak pada perilaku keuangan pelaku UMKM Kreatif Di Kota Mataram.

Persamaan : Ingin mengetahui pengaruh literasi keuangan

Perbedaan : Lokasi penelitian dan teknik analisis data menggunakan SmartPLS.

6. Wilda Yulia Rusyida tahun 2023 berjudul “Pengaruh Kemampuan Manajerial, Literasi Keuangan, dan Mitigasi Risiko Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM”, yang menyatakan bahwa Literasi keuangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap strategi bertahan pada pelaku UMKM batik yang ada di Pasar Grosir Batik Setono Kota Pekalongan. Nilai t hitung variabel Literasi Keuangan sebesar $0,476 < 1,98580$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,635 >$ 0,05. Yuyun Yuniati Yuningsih, et.al. (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan dan *financial technology* berpengaruh secara simultan terhadap keberlangsungan usaha pelaku UMKM, meskipun faktor literasi keuangan tidak memberikan

dampak yang signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM.

Persamaan : Ingin mengetahui pengaruh literasi keuangan

Perbedaan : lokasi penelitian, variabel yang digunakan dan teknik analisis data menggunakan SmartPLS.

7. Yolanda Iqnatia, Nurmatias dan Dewi Cahyani Pangestuti tahun 2021 berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Inovasi, Dan Peran Pemerintah Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah”, dengan hasil penelitian menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap pengembangan usaha kecil dan menengah.

Persamaan : ingin mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap pengembangan usaha UMKM dan menggunakan metode analisis Partial Least Square (PLS).

Perbedaan : pada penelitian sekarang menambahkan variabel independent yaitu akses permodalan, kreativitas dan *digital marketing*.

8. Emely Lisbet Uta Bahiu, Ivonne S. Saerang dan Victoria N. Untup tahun 2021 berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan Terhadap Keuangan UMKM Di Desa Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud”, dengan hasil penelitian menyatakan bahwa variabel literasi keuangan tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keuangan UMKM pada pelaku UMKM yang ada di desa Gemeh.

Persamaan : ingin mengetahui pengaruh literasi keuangan, menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Perbedaan : penelitian ini menggunakan variabel dependen pengembangan usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar dengan menambah variabel independen yaitu akses permodalan, kreativitas dan *digital marketing*. Pada penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda, sedangkan penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan *software SmartPLS 3.0*.

9. Dimas Cahyo Saputra, Kun Ismawati, Dan Ignatius Novie Endi Nugroho tahun 2022 berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM”, dengan hasil penelitian menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja UMKM Kabupaten Karanganyar.

Persamaan : ingin mengetahui pengaruh literasi keuangan

Perbedaan : pada penelitian ini menggunakan variabel dependen pengembangan usaha UMKM dengan menambah variabel independent yaitu akses permodalan, kreativitas dan *digital marketing*. Kemudian menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan *software SmartPLS 3.0*.

10. Muhamad Takhim dan Meftahudin tahun 2018 berjudul “Analisis Pengaruh Modal Usaha, Kreatifitas dan Daya Saing Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Kasus pada Bengkel Las di Kabupaten Wonosobo)”, dengan hasil penelitian menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap pengembangan UMKM.

Persamaan : ingin mengetahui pengaruh kreativitas pada pengembangan UMKM.

Perbedaan : pada penelitian sebelumnya menggunakan teknik analisis data regresi berganda, sedangkan penelitian saat ini menggunakan SEM berbasis *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan *software SmartPLS 3.0*. pada penelitian ini menggunakan objek penelitian yaitu UMKM yang berlokasi di desa Merak Batin Kecamatan Natar dengan menggunakan variabel independent akses permodalan, *financial literacy*, dan *digital marketing*.

11. Andini Wulandari tahun 2020 berjudul “Pengaruh Kreativitas Wirausaha Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Terdampak Covid-19 (Studi Kasus Umkm Bidang Kuliner Di Rumah Kreatif BumN Bandung)”, dengan hasil penelitiannya yaitu dari hasil penelitian secara parsial untuk menguji pengaruh terhadap Kreativitas

Wirausaha diperoleh hasil terdapat pengaruh yang signifikan Terhadap Perkembangan Usaha pada UMKM Kuliner di Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung.

Persamaan : ingin mengetahui pengaruh kreativitas terhadap pengembangan usaha pada UMKM dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Perbedaan : penelitian saat ini menggunakan variabel independent yaitu akses permodalan, *financial literacy*, kreativitas, dan *digital marketing*. Lokasi penelitian di desa Merak Batin Kecamatan Natar. Menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan software SmartPLS 3.0.

12. Suci Nurhidayah tahun 2021 berjudul “Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UMKM Di Kabupaten Tegal)”, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Artinya, jika kreativitas meningkat maka kinerja usaha juga akan meningkat.

Persamaan : ingin mengetahui pengaruh kreativitas

Perbedaan : menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan software SmartPLS 3.0. Lokasi penelitian di desa Merak Batin kecamatan Natar. Menggunakan variabel independent yaitu akses permodalan, *financial literacy*, kreativitas, dan *digital marketing*

13. Chandra Putra Kusniadi tahun 2022 berjudul “Pengaruh *Digital Marketing* Di Era Pandemi Terhadap Pengembangan UMKM Di Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara”, dengan hasil penelitian menunjukan bahwa secara simultan *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM di Kota Manado.

Persamaan : ingin mengetahui pengaruh digital marketing pada pengembangan UMKM.

Perbedaan : lokasi penelitian yaitu di desa Merak Batin Kecamatan Natar. Menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan software SmartPLS 3.0.

14. Budi Riyanti dan Novita Ati Nur Aini tahun 2022 berjudul “Strategi Keberlangsungan Usaha UMKM Kampung Singkong Pada Masa Pandemi Covid-19”, dengan hasil penelitian menyatakan bahwa *digital marketing* tidak berpengaruh positif terhadap keberlangsungan usaha UMKM.
Persamaan : Ingin mengetahui pengaruh *digital marketing*
Perbedaan : Lokasi penelitian, variabel dependen yang digunakan, dan teknik analisis yang digunakan menggunakan SmartPLS, sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan SPSS
15. Egi Alam Ferdana tahun 2021 berjudul “Pengaruh *Digital Marketing*, Strategi Kreatif, Kualitas Produksi Dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan”, dengan hasil penelitian menyatakan bahwa variabel *digital marketing* menunjukkan nilai negatif dan tidak bersignifikan dengan volume penjualan. Yang mana artinya *digital marketing* berpengaruh negatif terhadap volume penjualan.
Persamaan : ingin mengetahui pengaruh *digital marketing*.
Perbedaan : Menggunakan variabel independent yaitu akses permodalan, *financial literacy*, kreativitas, dan *digital marketing*. Menggunakan variabel dependen yaitu pengembangan usaha. Menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan software SmartPLS 3.0.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini berisi tentang keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi dan akhir penelitian. Sistematika penulisan pada penulisan skripsi penelitian ini disusun dalam bentuk, sebagai berikut:

i. Bagian Awal

Bagian awal pada skripsi berisi cover skripsi, halaman sampul, halaman abstrak, halaman pernyataan orasional, halaman persetujuan, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

ii. Bagian Substansi (Inti)

Bagian inti skripsi terdiri dari:

I. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penulisan, kajian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan.

II. BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Pada bab ini berisi teori-teori mengenai akses permodalan, *Financial Literacy*, Kreativitas dan *digital marketing*, pengembangan usaha, UMKM, kerangka berpikir dan hipotesis.

III. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, uji validitas, uji reliabilitas data dan uji hipotesis.

IV. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang deskripsi data dan pembahasan hasil penelitian dan analisis secara kuantitatif.

V. BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis serta rekomendasi penulis untuk penelitian selanjutnya.

iii. Bagian Akhir

Pada bagian akhir skripsi ini berisi daftar rujukan dan lampiran.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Teori *Resources Based View*

Dasar teori RBV (*Resources Based View*) yang mendiskusikan mengenai sumber daya yang dapat memberikan keunggulan ekonomi lebih kepada pemilik dengan ketersediaan sumber daya yang bersifat tetap maupun terbatas. Teori RBV menggambarkan bagaimana pengusaha mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka dari sumber daya yang mereka miliki. Sumber daya diartikan sebagian besar sebagai modal segala sesuatu yang dianggap kekuatan atau kelemahan bisnis. Teori ini berkonsentrasi pada bagaimana keberlangsungan sebuah usaha terhadap organisasi lain dengan mengembangkan sumber daya yang dimilikinya. Organisasi yang dimaksud yaitu suatu usaha sebagai kompetensi atau kapabilitas, yang mampu memberikan dukungan perumusan dan implementasi sebuah strategi menghadapi persaingan dan mencapai tujuan bisnis secara optimal. Hal tersebut sesuai dengan menurut Rubin yang mengkonseptualisasikan suatu usaha sebagai kumpulan kompetensi atau kapabilitas dari sumber daya.

Kontribusi cukup signifikan dalam membangun dan menegaskan RBV terus dipopulerkan oleh Wernerfelt dan Barney. Pada intinya, RBV menyatakan bahwa suatu usaha yang memiliki sumber daya dapat menjadikan usaha tersebut memiliki keunggulan bersaing dan mampu mengarahkan usaha dalam jangka panjang yang baik, yang mana sumber daya tersebut dibedakan menjadi dua, yaitu sumber daya berwujud seperti modal finansial dan sumber daya tak berwujud modal sosial.

Teori RBV menganggap bahwa suatu usaha merupakan ikatan yang menunjukkan bahwa sumber daya (modal) berpengaruh signifikan pada keunggulan kompetitif bisnis dan akan berdampak pada keberlanjutan usahanya. Keunggulan bersaing yang dimaksud merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam sebuah strategi bisnis. Suatu usaha yang dapat bertahan dari permasalahan yang dihadapi sangatlah bergantung pada kemampuan mengendalikan sumber daya, yang mana dalam pengendaliannya membutuhkan perencanaan secara mendalam. Perencanaan tersebut merupakan langkah awal dari pembangunan strategi yang handal guna mencapai keberhasilan yang optimal. Lebih lanjut, pandangan dari teori ini menyatakan, bahwa keberlangsungan suatu usaha merupakan hasil dari sebuah implementasi strategi yang handal dimana pengelolaan sumber daya usaha sejalan dengan kondisi yang dialaminya.⁴⁶

Jadi, berdasarkan penjelasan teori di atas sesuai untuk menjelaskan mengenai variabel Akses Permodsalan, dimana teori ini menjelaskan bagaimana seorang pengusaha mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka dengan sumber daya yang mereka miliki. Suatu usaha yang memiliki sumber daya dapat menjadikan usaha tersebut memiliki keunggulan bersaing dan mampu mengarahkan usaha dalam jangka panjang yang baik. Sumber daya yang dimaksud yaitu sumber daya berwujud seperti modal *financial*, dalam hal ini berkaitan dengan modal uang yang dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan keuntungan dalam menjalankan usaha. Kemudian terdapat sumber daya tak berwujud seperti modal sosial, keahlian, persepsi dan lain sebagainya. Sehingga dalam hal ini Akses

⁴⁶ Muhammad Ni'am Anshori, "Analisis Pengaruh Modal Finansial Dan Modal Sosial Terhadap Keberlangsungan Usaha Santri Pada Komunitas Santripreneur Di Kabupaten Temanggung", *Universitas Muhammadiyah Magelang*, 2020.

Permodalan sangat penting bagi pelaku UMKM untuk menjalankan usahanya agar lebih berkembang lagi.

2. Teori Prospek (*Prospect Theory*)

Teori prospek dikembangkan oleh dua orang psikolog, Daniel Kahneman dan Amos Tversky pada tahun 1979 yang pada dasarnya mencakup dua disiplin ilmu, yaitu psikologi dan ekonomi. Teori prospek berangkat dari analisis mengenai perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan ekonomi di antara dua pilihan. Tidak seperti kebanyakan dari teori psikologi lainnya, sebab dikembangkan dengan teori ekonomi, teori prospek mempunyai dasar matematika yang kuat. Teori prospek berfokus pada bagaimana keputusan nyata diambil.

Teori prospek mempunyai spesifikasi yaitu ekonomi berbasis perilaku yang menyatakan bahwa pelaku ekonomi tidaklah selamanya rasional. Dengan kata lain, dalam memandang pelaku ekonomi berbasis perilaku menekankan perilaku apa adanya dari pelaku ekonomi. Kahneman dan Tversky memulai penelitian terhadap perilaku manusia yang dianggap aneh dan kontradiktif dalam mengambil suatu keputusan dengan memberikan pilihan yang sama kepada dua subyek penelitian, dan kemudian dua subyek tersebut menunjukkan perilaku yang berbeda. Hal itu disebut Kahneman dan Tversky sebagai *risk-aversion* dan *risk-seeking behavior*. Teori prospek menjelaskan bagaimana seseorang membuat keputusan dibawah kondisi resiko tertentu atau memilih diantara dua pilihan resiko dalam kondisi ketidakpastian. Jadi, teori ini menjelaskan bagaimana seseorang mengambil keputusan dalam kondisi tidak pasti.⁴⁷

Teori ini sesuai untuk menjelaskan mengenai variabel *financial literacy*, dimana teori ini menjelaskan

⁴⁷ Isfenti Sadalia dan Novi Andrani Butar-Butar, *PERILAKU KEUANGAN : Teori Dan Implementasi* (Medan: Pustaka Bangsa Press, 2016).

bagaimana seseorang mengambil keputusan dalam kondisi tidak pasti. Hal ini menjelaskan bagaimana perilaku pelaku UMKM dalam pengambilan keputusan, baik itu mengenai pengelolaan keuangan, tabungan, pinjaman, investasi maupun asuransi. Pemahaman serta kemampuan manajemen keuangan sangat penting bagi kinerja keuangan usaha UMKM.

3. Teori Csikszentmihalyi

Teori ini dikemukakan oleh Csikszentmihalyi. Teori ini memandang bahwa ciri utama yang memudahkan tumbuhnya kreativitas yaitu *predisposisi genitis* untuk ranah tertentu. Csikszentmihalyi mengemukakan bahwa yang menandai orang-orang kreatif adalah kemampuan mereka yang luar biasa untuk menyesuaikan diri pada situasi yang dihadapi untuk melakukan apa yang perlu dalam mencapai tujuannya. Kreativitas merupakan hasil karya manusia sebagai akibat dari pemikiran serta hasil dari mengatasi sebuah tekanan atau permasalahan. Maka dari itu kreativitas sangat dibutuhkan oleh setiap insan manusia untuk mengarungi kehidupan.⁴⁸ Csikzenmihalyi menyatakan bahwa individu yang dianggap kreatif dapat dikelompokkan dalam tiga kategori, yaitu mereka yang mengekspresikan pemikiran-pemikiran tidak biasa, mereka yang mengalami dunia dalam cara-cara yang baru dan orisinal, dan mereka yang membawa perubahan penting dalam budayanya.

Dalam teorinya, Csikzenmihalyi kemudian mengembangkan sebuah model tentang kreativitas yaitu “*Social Context of Creativity*”, terdapat tiga substansi yang membangun kreativitas. Pertama, domain yaitu sistem aturan, prosedur, bahasa, simbol, atau pengetahuan yang dimiliki bersama oleh sebuah masyarakat, yang relevan dengan kreativitas. Kedua, ranah (*field*), yaitu seluruh

⁴⁸ Yuyun Ari Wibowo, ‘Bermain Dan Kreativitas Dalam Pembelajaran Pendidikan Jasmani’, *Jurnal Pendidikan Jasmani Indonesia*, 7.2 (2010), 1–15.

individu yang secara bersama-sama menghidupkan dan “menjaga” domain, supaya ide dan gagasan-gagasan baru selalu dapat dihasilkan. Ketiga, individu (*person*) yang mampu menghasilkan ide, sistem, prinsip, bentuk atau pola-pola baru.

Konsep tentang kreativitas yang ditawarkan Csikzenmihalyi berangkat dari cara berpikir yang komprehensif bahwa kreativitas bukanlah sesuatu yang berkembang tanpa berkaitan dengan sub-sub sistem lainnya yang membangun kreativitas itu sendiri. Memang pada kenyataannya kreativitas tidak terbukti secara formal, kecuali ditampilkan dalam suatu karya yang disebut kreatif.⁴⁹

Teori ini sesuai untuk menjelaskan mengenai variabel kreativitas, yang dimana orang-orang kreatif adalah kemampuan mereka yang luar biasa untuk menyesuaikan diri pada situasi yang dihadapi untuk melakukan apa yang perlu dalam mencapai tujuannya. Hal ini berkaitan dengan bagaimana pelaku UMKM mampu berpikir mengenai pembaharuan atau perbedaan yang menjadikan usaha mereka memiliki keunggulan bersaing, sehingga dapat mengarahkan usaha dalam jangka panjang yang baik dibuktikan dengan menampilkan dalam suatu karya, baik memperbaharui produk, *packaging* dan lain sebagainya. Dengan dilakukannya sebuah pembaharuan ini pelaku UMKM dapat bersaing dengan pengusaha yang lain dan juga dapat meningkatkan omset, sehingga usaha dapat berkembang dengan lebih baik.

4. Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989. Tujuan dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu untuk

⁴⁹ Aditya Ali, ‘Kreativitas Dalam Pemikiran Csikszentmihalyi’, *ARTCOMM*, 1.1 (2018), 57–58.

menjelaskan faktor penentu penerimaan dari suatu teknologi yang berbasis informasi secara umum *Technology Acceptance Model* (TAM) biasanya digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana cara seseorang untuk mendapatkan kemajuan teknologi baru, dan variabel apa saja yang dapat mempengaruhi seleksi, pengakuan, dan niat dalam penggunaan inovasi. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) juga menyatakan bahwa niat untuk menggunakan teknologi tertentu menentukan kesediaan seseorang untuk mau menggunakan teknologi atau tidak.

Konsep TAM dilandasi oleh teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action-TRA*) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen tahun 1975, yang mengasumsikan bahwa perilaku didasari oleh niat individu untuk terlibat dalam suatu tindakan tertentu. Konsep TAM menawarkan sebuah teori sebagai landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sebuah sistem informasi. Perluasan konsep TAM diharapkan akan dapat membantu memprediksi sikap dan penerimaan seseorang terhadap teknologi dan dapat memberikan informasi mendasar yang diperlukan mengenai faktor-faktor yang menjadi pendorong sikap individu tersebut.

TAM memiliki teori yaitu niat seseorang dalam menggunakan teknologi ditentukan oleh dua faktor, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) adalah tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi mempermudah dalam penyelesaian pekerjaan.

TAM adalah mempunyai tujuan untuk memberi penjelasan dan memperkirakan penerimaan pengguna faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap sebuah teknologi dalam organisasi. TAM menjelaskan

suatu hubungan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan/keperluan, serta penggunaan aktual dari pengguna/*user* suatu sitem informasi. Model TAM menjelaskan lebih rinci mengenai penerimaan internet dengan dimensi-dimensi tertentu yang biasa mempengaruhi pengguna internet dengan mudah. Model ini menempatkan faktor kepercayaan dari setiap perilaku pengguna dengan dua variabel yaitu kemanfaatan dan kemudahan penggunaan.⁵⁰

Teori ini sesuai untuk menjelaskan variabel *Digital Marketing*, bagaimana cara pelaku UMKM untuk mendapatkan kemajuan teknologi baru dan niat untuk menggunakan teknologi tertentu menentukan kesediaan pelaku UMKM untuk mau menggunakan teknologi atau tidak. Niat pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi ditentukan oleh dua faktor, yaitu persepsi kemanfaatan yaitu tingkat kepercayaan pelaku UMKM bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja usahanya dan persepsi kemudahan penggunaan, yaitu tingkat kepercayaan pelaku UMKM bahwa dengan menggunakan teknologi mempermudah dalam penyelesaian pekerjaan.

5. Akses Permodalan

a. Pengertian Modal

Akses merupakan jalan masuk, sedangkan modal artinya uang yang digunakan sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat digunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan dan

⁵⁰ dan I Putu Gde Sukaatmadja Putu Ayu Mira Witriyanti Wida, Ni Nyoman Kerti Yasa, 'Aplikasi Model TAM (Technology Acceptance Model) Pada Perilaku Pengguna Instagram', *Jurnal Ilmu Manajemen Mahasaraswati*, 6.2 (2016).

sebagainya. Jadi, akses modal adalah jalan masuk wirausaha dalam mendapatkan uang, barang dan sebagainya untuk digunakan menghasilkan sesuatu.⁵¹

Modal adalah salah satu faktor terpenting dalam kegiatan produksi. Bagi suatu perusahaan yang baru berdiri atau mulai menjalankan usahanya, modal digunakan untuk dapat menjalankan kegiatan usaha, sedangkan bagi perusahaan atau bidang usaha maupun bisnis yang sudah lama berdiri biasanya menggunakan modal untuk dapat mengembangkan usaha maupun memperluas pangsa pasar dari bisnis dan usaha tersebut. Bagi para pengusaha, setidaknya harus bisa menggunakan atau memanfaatkan modal dengan seoptimal mungkin, sehingga nantinya perusahaan atau bisnis yang dikelola dapat memberikan keuntungan yang lebih maksimal bagi perusahaan yang sedang dikelola. Oleh karena itu, modal merupakan suatu aset, baik itu berupa barang atau dana yang digunakan sebagai alasan utama dalam menjalankan suatu bisnis atau usaha. Artinya, jika kita dapat mengatur atau mengelola modal dengan baik, maka kita juga akan mampu membangun usaha dengan lebih baik, karena modal sebenarnya merupakan dasar atau pondasi dalam menjalankan sebuah usaha.⁵²

b. Sumber Modal

Menurut pendapat Munawir adanya modal kerja yang lebih berarti menunjukkan dan yang lebih produktif, hal ini menyebabkan kerugian bagi pemilik

⁵¹ Halawa. 'Pengaruh Pendampingan Usaha Dan Bantuan Akses Modal Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Kelurahan Pulo Brayon Bengkel Kecamatan Medan Timur', *Universitas HKBP Nommensen*, 2.30 (2022), 1–17

⁵² Dedi Supriadi, *Modul Akses Permodalan* (Penerbit Lakeisha, 2020) <https://www.google.co.id/books/edition/MODUL_AKSES_PERMODALAN/Pg4gEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0&kptab=overview>.

usaha karena kehilangan kesempatan untuk memperoleh keuntungan. Modal kerja yang cukup penting untuk pelaku bisnis karena modal kerja yang cukup itu dapat memungkinkan pelaku usaha untuk memaksimalkan operasionalnya dengan ekonomis dan menghindari perusahaan mengalami kesulitan dan bahaya karena krisis keuangan.

1) Sumber modal usaha

Sumber modal usaha sangat dibutuhkan untuk menjalankan suatu usaha. Memperoleh sumber usaha dapat dengan berbagai cara seperti sebagai berikut:

a) Modal sendiri

Rahayu mengemukakan modal sendiri yaitu modal yang berasal dari pemilik usaha sendiri. Modal sendiri dapat berasal dari tabungan, saudara, sumbangan, hibah dan lain-lain. Keunggulan dari modal sendiri adalah sebagai berikut:

- (1) Tidak ada biaya seperti biaya bunga atau biaya administrasi yang menjadikan beban perusahaan.
- (2) Tidak tergantung pada pihak lain, artinya perolehan dana dapat diperoleh dari setoran modal pemilik usaha.
- (3) Tidak memerlukan persyaratan yang memakan waktu relatif lama.
- (4) Tidak mengembalikan modal, maksudnya yaitu modal yang ditanamkan oleh pelaku usaha akan tertanam dan tidak ada masalah apabila ingin mengalihkan ke pihak lain.

Kekurangan modal sendiri yaitu:

- (1) Jumlahnya terbatas, maksudnya untuk memperoleh jumlah tertentu sangat

bergantung kepada pelaku usaha dan jumlahnya biasanya terbatas.

- (2) Mendapatkan modal sendiri untuk jumlah tertentu dari calon pelaku usaha baru sangat sulit karena mereka akan mempertimbangkan prospek kinerja dan prospek usaha.
- (3) Kurang motivasi calon pelaku usaha, artinya pelaku usaha yang menggunakan modal sendiri motivasi dalam menjalankan usaha relatif lebih rendah dibandingkan dari modal asing.

b) Modal asing (luar pemilik)

Modal asing yaitu modal yang diperoleh dari pihak luar usaha yang diperoleh secara pinjaman. Keuntungan modal pinjaman yaitu jumlah yang tidak terbatas dalam jumlah banyak. Modal pinjaman dikenakan beban bunga, biaya administrasi, komisi serta bunga relatif. Pinjaman yang diajukan melebihi batas kredit usaha rakyat maka jaminannya harus sesuai dengan modal yang diajukan. Selain itu kewajiban untuk mengembalikan harus tepat waktu dengan jangka waktu yang telah disepakati kedua belah pihak. Menggunakan modal pinjaman akan membuat pelaku usaha menjadi lebih termotivasi untuk menjalankan usahanya. Sumber modal asing dapat diperoleh:

- (1) Pinjaman dari sektor pembiayaan formal, baik dari swasta, pemerintah ataupun asing.
- (2) Pinjaman dari perusahaan non-keuangan.

Keunggulan modal asing, yaitu:

- (1) Jumlah tidak terbatas, artinya perusahaan dapat mengajukan modal pinjaman ke berbagai sumber. Selama modal yang diberikan kepada perusahaan layak, maka untuk memperoleh dana tidak sulit.
- (2) Motivasi usaha tinggi, memberikan motivasi kepada pemilik usaha untuk dapat menjalankan usahanya dengan sungguh-sungguh, karena adanya tanggungan atau beban perusahaan supaya dapat mengembalikan pinjaman beserta bunganya. Pemilik usaha juga harus menjaga citra dan kepercayaan supaya nama usaha tidak tercemar sehingga mengakibatkan sulitnya mendapatkan modal.

Kelemahan modal asing, yaitu:

- (1) Biaya seperti bunga dan biaya administrasi
Pinjaman dari sektor lembaga keuangan formal pasti disertai dengan kewajiban membayar jasa seperti bunga, biaya administrasi, biaya komisis, materai dan asuransi.
- (2) Pinjaman harus dikembalikan dalam jangka waktu yang telah disepakati bersama. Bagi perusahaan atau pelaku usaha yang sedang likuiditas akan menjadikan bebn yang harus ditanggung.
- (3) Usaha yang mengalami kegagalan mengakibatkan kerugian akan berdampak kepada peminjam sehingga

menjadi beban moral atas utang yang belum dibayarkan.

c. **Pengertian Akses Permodalan**

Menurut Ketoy dan Naruananrd, akses permodalan merupakan kemampuan dalam mendapatkan modal dengan kendala yang terdiri atas modal ekuitas luar, biaya kredit, biaya pemrosesan pinjaman, persyaratan angsuran dan prosedur pengajuan pinjaman. Aksestabilitas adalah suatu ukuran kemudahan dan kenyamanan yang dirasakan seorang individu maupun kelompok memperoleh dan memenuhi kebutuhannya, baik dari sarana maupun prasarana yang menunjang kebutuhan dapat terpenuhi. Pada prinsipnya, aksestabilitas menjadi faktor penting yang selalu dipertahankan dalam menggerakkan roda perekonomian.

UMKM mempunyai hambatan seperti tidak mudahnya untuk memperoleh akses pada sektor keuangan, antara lain masalah sistem dan institusional yang masih sering terjadi di Indonesia. Berbagai cara pemerintah Indonesia dalam mengembangkan sektor riil untuk dapat mengatasi hambatan tersebut, termasuk pengaturan mekanismenya melalui kebijakan Bank Indonesia untuk ketersediaan akses memperoleh modal bagi UMKM. Namun tetap saja masih belum berhasil, diantaranya karena masalah tingkat bunga yang terlalu tinggi dan keterbatasan jaminan yang sering kali tidak tersedia oleh UMKM.

Akses modal terhadap UMKM dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Selain dapat bermanfaat untuk negara supaya dapat menstabilkan ekonomi, akses permodalan juga dapat bermanfaat untuk UMKM sebagai sumber pendanaan yang aman dan berkelanjutan. Menurut Lusimbo dan Muturi,

akses modal yaitu tidak adanya kendala yang berkaitan dengan biaya administrasi atau prosedur pada lembaga penyedia modal yang dirasakan oleh UMKM pada saat mengajukan kredit.⁵³

d. **Pinjaman Modal Perspektif Islam**

Dalam fiqih mu'amalah, hutang piutang disebut "*al-dayn*" yang terkait dengan istilah *al-Qard*, yaitu hutang piutang dan dalam bahasa Indonesia disebut pinjaman. Secara bahasa, *al-Qard* yaitu *Qardan* berarti yang diambil dari kata *Qarad-Yaqridu-Qurdan* artinya memotong, memakan, menggigit dan mengerip. Menurut terminologi, *al-Qard* yaitu suatu akad antara dua pihak, pihak pertama memberikan uang atau barang kepada pihak keduanya, untuk dimanfaatkan dengan ketentuan bahwa uang atau barang tersebut harus dikembalikan persis seperti ia terima dari pihak pertama.

1) Landasan hutang piutang (*al-Qard*)

Landasan hukum diperbolehkannya akad dalam bentuk hutang piutang (*al-Qard*) terdapat dalam surah Al-Baqarah ayat 280, yaitu:

وَإِنْ كَانَ دُوْ عُسْرَةً فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۗ وَإِنْ تَصَدَّقْتُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ
إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

"Dan jika (orang berhutang itu) dalam kesulitan, maka berilah tenggang waktu sampai dia memperoleh kelapangan. Dan jika kamu menyedekahkan, itu lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui." (QS. Al-Baqarah [2] : 280)

⁵³ Azhari Fauzi Ramadhan, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Akses Permodalan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Bandung' (Universitas Pasundan Bandung, 2018).

Ayat di atas menjelaskan bahwa jika seseorang memberikan hutang kepada orang lain dengan ikhlas dan rela karena Allah SWT. sama dengan memberikan potongan walaupun hutang itu masih harus mengganti dilain waktu.

2) Rukun syarat hutang piutang (*al-Qard*)

a) Pihak yang meminjam (*Muqtarid*)

Orang yang meminjam harusnya orang yang sudah baligh, berakal dan tidak mahjur (bukan orang yang oleh syariat tidak diperkenankan mengatur sendiri hartanya karena faktor-faktor tertentu). oleh karena itu, akad tidak sah apabila tidak sesuai dengan ketentuan syariat.

b) Pihak yang memberikan pinjaman (*Muqid*), syarat *muqid* antara lain:

(1) *Ahliyat at-tabarru* (layak sosial), artinya mampu mempunyai hak atau kecakapan dalam menggunakan hartanya secara mutlak menurut syariat islam.

(2) *Ikhtiyar* (tanpa ada paksaan), meminjamkan harus berdasarkan kehendak sendiri, tidak ada tekanan dari pihak atau intervensi pihak lain.

(3) Barang yang dihutangkan (*Muqatarad ma'qud 'alaih*). Menurut jumhur ulama objek akad al-Qard sama dengan akad salam baik berupa barang yang ditakar (*makilat*) dan ditimbang (*mauzunat*), maupun barang yang tidak ada persamaannya dipasar (*qimiyat*) seperti

hewan, barang dagang, dan barang yang dihitung.

Dari penjelasan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa syarat barang yang dihutangkan adalah:

1. Merupakan benda bernilai yang mempunyai persamaan.
2. Dapat dimiliki
3. Dapat diserahkan kepada pihak yang berhutang.
4. Telah ada pada waktu perjanjian.

c) Ucapan serah terima (*Sighat Ijab Qabul*)

Akad adalah semua perkataan yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih, tidak boleh menyimpang dan harus sejalan dengan kehendak syariat. *Ijab* adalah pernyataan *qabul* yaitu pernyataan pihak kedua untuk menerima. *Sighat* akad sangat penting dalam rukun, akad, karena dapat diketahui maksud setiap pihak yang melakukan akad *sighat*, akad dinyatakan melalui *ijab qabul* dengan ketentuan sebagai berikut:

- (1) Tujuan akad harus jelas dan dapat dipahami.
- (2) Antara *ijab* dan *qabul* harus terdapat kesesuaian.
- (3) Pernyataan *ijab* dan *qabul* harus sesuai dengan kehendak masing-masing dan tidak boleh ada yang meragukan.⁵⁴

⁵⁴ Septa Arisando, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan Dan Akses Permodalan Terhadap Penjualan UMKM Di Bandar Lampung' (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020).

e. **Indikator Akses Permodalan**

Indikator akses permodalan menurut Lusimbo & Muturi, sebagai berikut:

- 1) Informasi kredit formal meliputi
 - a) Kemudahan dalam mendapatkan modal dari lembaga penyedia kredit.
 - b) Ketersediaan informasi mengenai akses permodalan pada lembaga keuangan.
 - c) Fleksibilitas UMKM mengakses kredit.
 - d) mengakses kredit dapat membantu pertumbuhan usaha.
- 2) Prosedur UMKM dalam mengakses permodalan meliputi
 - a) Tuntutan akan jaminan membatasi pengajuan kredit.
 - b) Pengetahuan mengenai jenis-jenis pinjaman modal usaha.
 - c) Peraturan kredit mempengaruhi keputusan dalam pengajuan kredit.
 - d) Kesesuaian pemenuhan modal dari lembaga penyedia dengan jumlah yang dibutuhkan.
 - e) Kesesuaian ukuran usaha dengan kemudahan akses permodalan.⁵⁵

6. Literasi Keuangan

a. **Pengertian Literasi Keuangan**

Berdasarkan peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016, literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai

⁵⁵ Riska Aprillia, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Akses Permodalan Dan Minat Menggunakan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM DI Kecamatan Majenang' (Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 2022).

kesejahteraan.⁵⁶ *Organisation for Economic Co-operation and Development* atau OECD tahun 2016 mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan risiko keuangan, berikut keterampilan, motivasi, serta keyakinan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang dimilikinya tersebut dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan (*financial well-being*) individu dan masyarakat, serta berpartisipasi dalam bidang ekonomi.⁵⁷

Financial literacy merupakan pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik serta dapat membantu dalam pengambilan suatu keputusan usaha.⁵⁸ Literasi keuangan merupakan kemampuan atau pengetahuan seseorang dalam mengelola semua sumber daya keuangannya dengan efektif.⁵⁹

Literasi keuangan merupakan tingkat kemampuan atau pemahaman mengenai bagaimana mengelola keuangan secara efektif sesuai dengan

⁵⁶ [www.ojk.go.id, 'SAL SEOJK 30 - Literasi Keuangan',
Https://Www.Ojk.Go.Id/Id/Kanal/Edukasi-Dan-Perlindungan-Konsumen/Regulasi/Surat-Edaran-Ojk/Documents/SAL%20SEOJK%2030%20-%20Literasi%20Keuangan.Pdf](https://www.ojk.go.id/Id/Kanal/Edukasi-Dan-Perlindungan-Konsumen/Regulasi/Surat-Edaran-Ojk/Documents/SAL%20SEOJK%2030%20-%20Literasi%20Keuangan.Pdf), 2017, p. 2. 'SAL SEOJK 30 - Literasi Keuangan',
[Https://Www.Ojk.Go.Id/Id/Kanal/Edukasi-Dan-Perlindungan-Konsumen/Regulasi/Surat-Edaran-Ojk/Documents/SAL%20SEOJK%2030%20-%20Literasi%20Keuangan.Pdf](https://www.ojk.go.id/Id/Kanal/Edukasi-Dan-Perlindungan-Konsumen/Regulasi/Surat-Edaran-Ojk/Documents/SAL%20SEOJK%2030%20-%20Literasi%20Keuangan.Pdf), 2017, p. 2

⁵⁷ OJK, 'Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025', *Ojk.Go.Id*, 2021, pp. 1–130 <<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-2021-2025.aspx>>.

⁵⁸ Suardana, Kadek Agus dan Musmini, Lucy Srii, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan Dan Minat Menggunakan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Buleleng', *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 11.2 (2020), 191–202 <<https://doi.org/10.23887/JIMAT.V11I2.25918>>.

⁵⁹ Adler Haymans Manurung, Jonni dan Manurung, *Ekonomi Keuangan & Kebijakan Moneter* (Jakarta: Salemba Empat, 2009).

kebutuhan dan kondisi perekonomian yang dihadapi oleh individu atau masyarakat.⁶⁰ Literasi keuangan adalah pengetahuan dan kemampuan dalam mengorganisir keuangan pribadi dan bisnis. Kecerdasan dan kemampuan manajemen keuangan adalah aspek penting dari kehidupan. Literasi keuangan dapat mencegah seseorang dari masalah keuangan. Melek keuangan menunjukkan kemampuan untuk mendapatkan informasi keuangan dan keputusan dalam keuangan.

Literasi keuangan merupakan kemampuan untuk membaca, menganalisis, merencanakan keuangan, membuat keputusan, mengimplementasikan, mengendalikan serta mengkomunikasikan keuangan pribadi dan atau keluarga, sehingga dapat mempengaruhi kesejahteraan mereka. Literasi keuangan menyiratkan bahwa seseorang harus mempunyai kapasitas, kepercayaan diri dalam pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan keuangan yang baik merupakan salah satu bagian literasi keuangan yang penting. Literasi keuangan mempunyai peranan yang sangat penting untuk menentukan tingkat keberhasilan usaha UMKM. Pemahaman dan kemampuan manajemen keuangan menjadi penting bagi kinerja keuangan usaha UMKM. Literasi keuangan akan meningkatkan pendapatan UMKM, pembangunan ekonomi daerah dan negara.⁶¹

⁶⁰ Septiani and Wuryani. 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Ukm Di Sidoarjo', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9.8 (2020), 3214 <<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p16>>

⁶¹ Rika Desiyanti dan Hamirul, COVID-19 Merubah Wajah Indonesia, Literasi Dan Inklusi Keuangan UMKM Selama Pandemi (Malang: CV. Pustaka Learning Center, 2020) <https://www.google.co.id/books/edition/COVID_19_MERUBAH_WAJAH_IN

Aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan literasi keuangan antara lain meningkatkan informasi dasar akuntansi, memahami manfaat pengelolaan keuangan, memahami pengelolaan keuangan yang efektif, mengetahui syarat-syarat memperoleh pinjaman bank, mengetahui manfaat layanan perbankan, peningkatan analisis kinerja secara berkala, membuat pembukuan kas per hari, aktif melakukan bimbingan dan pembinaan, melakukan bugeting, menyusun anggaran belanja per bulan, tetap berhati-hati dalam melakukan kredit atau pinjaman, berani mengambil risiko, dapat mengatur strategi resiko keuangan dan menetapkan planning kedepan.⁶²

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan kecakapan atau tingkat pemahaman individu ataupun masyarakat mengenai bagaimana mereka mengelola keuangannya secara efektif sesuai dengan kebutuhan dan kondisi perekonomian yang dihadapinya.

b. Prinsip Dasar Literasi Keuangan

Dalam rangka meningkatkan literasi keuangan dilakukan berdasarkan prinsip sebagai berikut :

1) Terencana dan Terukur

Kegiatan yang dilakukan memiliki konsep yang sesuai dengan sasaran, strategi, kebijakan otoritas, dan kebijakan pelaku usaha jasa keuangan, serta memiliki indikator untuk

DONESIA_LITERAS/pC89EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=literasi+keuangan+umkm&pg=PA1&printsec=frontcover>.

⁶² Ni Nengah Seri Ekayani I Kadek Diki Nugraha Sugita, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Akses Permodalan Terhadap Keberlanjutan UMKM Pada Bidang Fashion Di Kota Denpasar', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 8.1 (2022), 117–25.

memperoleh informasi tentang peningkatan literasi keuangan.

2) Berorientasi Pada Pencapaian

Penerapan prinsip ini diwujudkan melalui kegiatan untuk mencapai tujuan peningkatan literasi keuangan dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada.

3) Berkelanjutan

Penerapan prinsip ini diwujudkan melalui pelaksanaan kegiatan yang dilakukan secara berkesinambungan untuk dapat mencapai tujuan yang direncanakan serta mempunyai aspek jangka panjang terhadap pemahaman pelaku usaha jasa keuangan mengenai pengelolaan keuangan, lembaga, produk dan/atau layanan jasa keuangan.

4) Kolaborasi

Penerapan prinsip ini diwujudkan melalui keterlibatan berbagai pemangku kepentingan dalam pelaksanaan kegiatan secara bersama-sama.⁶³

c. Tujuan Literasi Keuangan

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat, diuraikan bahwa tujuan literasi keuangan meliputi:

1) Tujuan literasi keuangan yaitu:

- a) Meningkatnya kualitas pengambilan keputusan keuangan individu.
- b) Perubahan sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik, sehingga mampu menentukan dan

⁶³ Ibid, 101.

memanfaatkan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen dan atau masyarakat dalam rangka mencapai kesejahteraan.

OJK menyatakan bahwa misi penting dari program literasi keuangan yaitu untuk melakukan edukasi di bidang keuangan pada masyarakat Indonesia supaya dapat mengelola keuangan secara lebih cerdas, meningkatkan pengetahuan tentang industri keuangan agar masyarakat tidak mudah tertipu pada produk-produk investasi yang menawarkan keuntungan tinggi dalam jangka waktu pendek tanpa mempertimbangkan risikonya.

d. Kategori Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) membagi tingkat literasi menjadi beberapa tingkatan, yaitu sebagai berikut.

1) Well Literate

Well Literate yaitu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

2) Sufficient Literate

Sufficient Literate yaitu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga keuangan jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.

3) Less Literate

Less Literate hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.

4) *Not Literate*

Not Literate tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak mempunyai keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

e. Indikator Literasi Keuangan

1) Pengetahuan Umum Keuangan

Pengetahuan umum keuangan yaitu berkaitan dengan pengetahuan dasar seseorang tentang bagaimana cara mengatur keuangan yang dimiliki secara pribadi, keluarga maupun usaha yang dijadikan sebagai acuan dalam mengelola keuangan. Kurangnya pengetahuan keuangan dapat menimbulkan kesalahan dalam mengambil keputusan untuk menabung, meminjam maupun berinvestasi. Pengetahuan keuangan sangat penting tidak hanya bagi individu tetapi juga bagi perusahaan dan perekonomian, semakin tinggi pengetahuan keuangan maka semakin cerdas perilaku keuangannya.

2) Tabungan dan Pinjaman

Tabungan yaitu simpanan uang seseorang di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan berdasarkan syarat-syarat yang telah disepakati. Tabungan adalah simpanan uang seseorang dari sebagian pendapatan yang tidak dikonsumsi melainkan disiapkan atau digunakan untuk kebutuhan di masa yang akan datang. Pinjaman merupakan kredit yang diberikan oleh kreditur kepada individu dengan tenggat waktu

tertentu untuk pelunasannya kembali, bank merupakan lembaga yang menerima setoran dari individu atau badan tertentu dan membuat pinjaman atau kredit. Pinjaman yaitu uang atau tagihan hutang yang harus dilunasi setelah jangka waktu tertentu yang telah disepakati antara pihak peminjam dan pihak yang memberi pinjaman dengan pemberian bunga.

3) Asuransi

Asuransi merupakan salah satu bentuk pengendalian risiko yang dilakukan dengan cara mengalihkan resiko dari satu pihak ke pihak yang lain.

4) Investasi

Investasi yaitu menanamkan sejumlah uang (dana) disuatu tempat dengan harapan uang tersebut dapat bertambah banyak dan menguntungkan. Investasi merupakan pengeluaran dana pada masa sekarang dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar dimasa yang akan datang..⁶⁴

f. Pengertian Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah hampir sama dengan literasi keuangan secara konvensional. Literasi keuangan syariah adalah kemampuan seseorang dalam pengetahuan, keterampilan dan sikapnya dalam mengelola sumber daya keuangan menurut ajaran agama islam. Selain itu, literasi keuangan syariah juga merupakan kewajiban agama bagi setiap muslim karena hal tersebut berdampak pada terwujudnya *Al-Falah* (kesuksesan) di dunia maupun akhirat. Secara

⁶⁴ Wira Iko Putri Yanti, 'Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Moyo Utara', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2.1 (2019).

khusus, seorang muslim harus fasih dengan berbagai aturan dan peraturan yang mengatur urusan ekonomi dan keuangannya.⁶⁵

Literasi keuangan syariah adalah perluasan dari literasi keuangan dengan elemen-elemen yang sesuai syariat Islam didalamnya. Literasi keuangan syariah meliputi banyak aspek dalam keuangan, diantaranya pengelolaan uang dan harta (seperti menabung di hari tua dan dana darurat untuk digunakan sewaktu-waktu), aspek perencanaan keuangan seperti dana pensiun, investasi, dan asuransi. Terdapat juga aspek bantuan sosial seperti wakaf, infaq, dan shadaqah. Kemudian aspek lainnya yaitu tentang zakat dan warisan.

Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk menilai tingkat literasi keuangan syariah adalah kepemilikan rekening di lembaga keuangan syariah, pemahaman tentang produk dan jasa serta akad-akad syariah, pengetahuan tentang bagi hasil dan jaminan.⁶⁶

7. Kreativitas

a. Pengertian Kreativitas

Kreativitas adalah suatu aktivitas atau kegiatan yang dapat menghadirkan hasil yang sifatnya baru, berguna dan dapat dimengerti. Kreativitas menekankan pada tiga kemampuan, yaitu berkaitan dengan kemampuan mengkombinasi, kemampuan memecahkan masalah, kemampuan secara operasional yang kreatif. Kreativitas yaitu suatu kemampuan

⁶⁵ Siti Hafizah Abdul Rahim, Rosemaliza Abdul Rashid, and Abu Bakar Hamed, 'Islamic Financial Literacy and Its Determinants among University Students: An Exploratory Factor Analysis', *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6.7Special Issue (2016), 32–35.

⁶⁶ Diana Djuwita and Ayus Ahmad Yusuf, 'Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha', *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10.1 (2018), 105 <<https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2837>>.

untuk dapat mengembangkan ide-ide yang baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan suatu persoalan untuk dapat menghadapi peluang bisnis.⁶⁷

Menurut Munandar, kreativitas adalah sebuah proses atau kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan, dan orisinalitas dalam berpikir, serta kemampuan untuk dapat mengkolaborasi (mengembangkan, memperkaya, memperinci) suatu gagasan. Pada definisi ini lebih menekankan pada aspek proses perubahan (inovasi dan variasi).⁶⁸ Kemudian, menurut Supriadi, menyatakan kreativitas merupakan suatu kemampuan berpikir tingkat tinggi yang menandakan terjadinya eskalasi dalam kemampuan berpikir yang ditandai dengan sukseksi, diskontinuitas, diferensiasi, dan integrasi antara tahap perkembangan.⁶⁹

Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk dapat melahirkan sesuatu yang baru baik berupa gagasan maupun karya nyata yang kreatif berbeda dengan apa yang telah ada. Kreativitas tidak hanya dibutuhkan oleh pekerja seni, tapi dalam setiap pekerjaan sangat membutuhkan kreativitas. Kreativitas yang tinggi merupakan pertanda bahwa seseorang telah mampu untuk berpikir kreatif.

Kreativitas usaha adalah kemampuan seseorang untuk menuangkan ide dan gagasan melalui

⁶⁷ Muslikh, 'Upaya Mengembangkan Kreativitas Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Kinerja Bisnis UMKM (Studi Empiris Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di DKI Jakarta)', *JP Journal & Proceeding Feb Unsoed*, 3.1 (2013), 1–10 <<http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/250>>.

⁶⁸ Utami Munandar, *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012).

⁶⁹ S Supriadi, 'Mengembangkan Kemampuan Berpikir Kreatif Matematik Mahasiswa Pendidikan Guru Sekolah Dasar Melalui Pelajaran Etnomatematika Sunda', *Jurnal Pengajaran MIPA*, 22.1 (2017).

berpikir kreatif untuk menciptakan sesuatu yang menuntut pemusatan, perhatian, kemauan, kerja keras dan ketekunan. Salah satu keberhasilan dari menjalankan suatu usaha adalah mampu meningkatkan kreativitas. Usaha yang diimbangi kreativitas tidak akan menimbulkan kesan monoton. Kreativitas usaha sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha supaya dapat beradaptasi dengan perilaku konsumen yang berubah dari sebelumnya. Kreativitas sesungguhnya melekat dalam diri seseorang, yang sering ditunjukkan melalui pengaktualisasian diri. Berpikir kreatif merupakan kemampuan untuk mengarahkan pikiran kepada pengembangan ide-ide baru dan mengerjakan ide-ide tersebut dalam sebuah hasil karya yang baru. Kreativitas penting dalam memenangkan persaingan bisnis yang kompetitif dan memelihara kelangsungan hidup usaha.⁷⁰

Kreativitas merupakan inisiatif terhadap penciptaan suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai. Kreativitas juga dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru. Jadi, kreativitas adalah kemampuan untuk dapat membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya.⁷¹

Menurut Semiawan, kreativitas yaitu “Modifikasi sesuatu yang sudah ada menjadi konsep baru. Dengan kata lain, terdapat dua konsep lama yang dikombinasikan menjadi suatu konsep baru”. Menurut Suryanto, kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara

⁷⁰ Hengki Mangiring Parulian Simarmata Eko Sudarmanto, Sukarman Purba, Sunday Ade Sitorus, Anggri Puspita Sari, *Manajemen Kreativitas Dan Inovasi* (Yayasan Kita Menulis, 2022).

⁷¹ Dharmawati. *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2016)

baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang. Jadi, kreativitas adalah kemampuan untuk memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda. Kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi, atau unsur-unsur yang ada. Dalam hal ini kreativitas sesungguhnya tidak perlu menciptakan hal-hal yang baru, tetapi merupakan gabungan (kombinasi) dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya.⁷²

Orang yang senang mengeksplorasi, orang yang selalu berpikir tentang kebaruan (*novelty*), perbedaan (*different*), kegunaan (*utility*), dan dapat dimengerti (*understable*) disebut sebagai orang kreatif. Wirausahawan selalu berpikir, merenung, menghayal untuk menghasilkan kebaruan, perbedaan, kegunaan, dan kemudahan untuk dapat melahirkan ide-ide dan gagasan-gagasan baru. Kebiasaan berpikir merupakan suatu kebiasaan wirausahawan untuk dapat meraih keberhasilannya.⁷³

b. Dimensi Kreativitas

Rhodes mengatakan kreativitas dapat didefinisikan ke dalam empat jenis dimensi sebagai *Four P's Creativity*, yaitu:

- 1) Definisi kreativitas dalam dimensi Person. Definisi pada dimensi person adalah upaya mendefinisian kreativitas yang berfokus pada individu atau person dari individu yang dapat disebut kreatif. Guilford, menerangkan bahwa

⁷² Wiwin Winarsih and Putri Andriani, 'Peranan Kreativitas Dan Inovasi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT . Nippon Indosari Corpindo Tbk', *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10 (2022), 59–68.

⁷³ Gita Sandyah Panggabean, 'Pengaruh Kreativitas Dan Lingkungan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Papan Bunga Di Kota Medan', *Repository Universitas HKBP Nommensen*, 2022, 1–32.

keativiyas adalah kemampuan atau kecakapan yang ada dalam diri seseorang. Hal ini erat kaitannya dengan bakat. Hulbeck menjelaskan bahwa tindakan kreatif muncul dari keunkan keseluruhan kepribadian dan interaksi dengan lingkungannya.

- 2) Definisi kreativitas dalam dimensi Proses. Definisi pada dimensi proses adalah upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada proses berfikir sehingga memunculkan ide-ide unik dan kreatif. Kemudian menerangkan bahwa kreativitas adalah sebuah proses atau kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan (fleksibilitas), dan orisinilitas dalam berfikir serta kemampuan untuk mengolaborasi (mengembangkan, memperkaya, memperinci) suatu gagasan.
- 3) Definisi kreativitas dalam dimensi Produk. Definisi pada dimensi produk yaitu upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada produk atau apa yang dihasilkan oleh individu baik itu sesuatu yang baru maupun sebuah kolaborasi atau penggabungan yang inovatif. Definisi yang berfokus pada produk kreatif menekankan pada orisinilitas, seperti yang dikemukakan oleh Baron, yang menyatakan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang baru. Begitu pula menurut Haefele yang menyatakan kreativitas merupakan kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru yang mempunyai makna sosial. Dari dua definisi ini, maka kreativitas tidak hanya membuat sesuatu yang baru tetapi mungkin saja kombinasi dari sesuatu yang ada sebelumnya.

- 4) Definisi kreativitas dalam dimensi Press. Definisi dan pendekatan kreativitas yang menekankan faktor press atau dorongan, baik itu dorongan internal (diri sendiri berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta atau bersibuk diri secara kreatif), maupun dorongan eksternal dan lingkungan sosial dan psikologis. Definisi kreativitas menurut Simpson, merujuk pada aspek dorongan internal dengan rumusnya sebagai berikut “*The initiative that one manifests by his power to break away from the usual sequence of thought*”, mengenai press dari lingkungan, terdapat lingkungan yang menghargai imajinasi dan fantasi, dan menekankan kreativitas dan inovasi. Kreativitas juga kurang berkembang dalam kebudayaan yang terlalu menekankan tradisi, dan kurang terbukanya terhadap perubahan atau perkembangan baru. Dari definisi yang telah dijelaskan diatas, dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru (produk) atau proses kontruksi ide yang dapat diterapkan dalam menyelesaikan masalah, serta suatu kegiatan yang bermanfaat dan dapat dimengerti.

c. **Indikator Kreativitas**

Menurut Suryana indikator kreativitas sebagai berikut:

- 1) Ingin tahu, yaitu suatu emosi yang berkaitan dengan perilaku ingin tahu seperti eksplorasi, investigasi, dan belajar.
- 2) Optimis merupakan perasaan yakin terhadap sesuatu yang baik akan terjadi yang memberi harapan positif serta menjadi pendorong untuk berusaha ke arah kemajuan atau kejayaan.

- 3) Fleksibel, yaitu kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda dan dengan berbagai individu atau kelompok.
- 4) Mencari solusi dari masalah, yaitu mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah.
- 5) Orisinil, yaitu keaslian dalam menciptakan suatu produk.
- 6) Suka berimajinasi, yaitu daya pikir untuk membayangkan (di angan-angan) atau menciptakan gambar (lukisan, karangan, dan sebagainya) kejadian berdasarkan kenyataan atau pengalaman seseorang.⁷⁴

8. *Digital Marketing*

a. *Pengertian Digital Marketing*

Digital marketing adalah suatu teknik pemasaran produk atau jasa yang dilakukan menggunakan media digital atau melalui jaringan internet. Media yang biasanya digunakan untuk digital marketing misalnya *website*, sosial media, *email marketing*, video marketing, iklan, SEO, *online travel agent*, *e-marketplace*, dan lain-lain. Digital marketing juga dapat dikatakan sebagai suatu aktivitas pemasaran yang menggunakan informasi berbasis teknologi dan instrumen digital.⁷⁵ Tujuan dari *digital marketing* yaitu untuk mendapatkan pelanggan dari suatu usaha atau bisnis serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas menggunakan media internet. Semua media yang digunakan didalam *digital marketing*

⁷⁴ Usman Pebrianta Bangun, 'Pengaruh Kreativitas Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pedagang Pasar Kaget Binjai' (Universitas Sumatera utara, 2017).

⁷⁵ Yera Ichšana, Hilda Monoarfa, and Fitrianty Adirestuty, 'Penerapan Etika Pemasaran Islam Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm)', *JURNAL SCHEMATA Pascasarjana UIN Mataram*, 8.2 (2019), 155–66 <<https://doi.org/10.20414/schemata.v8i2.1202>>.

mempunyai tujuan yang sama, yaitu supaya dapat melakukan edukasi kepada calon konsumen. Kemudian dari sinilah bisa melakukan edukasi kepada calon konsumen tentang produk atau jasanya.

Seiring berkembangnya teknologi, saat ini semakin banyak pengusaha yang menggunakan *digital marketing* sebagai strategi yang digunakan untuk memasarkan produknya. Pemasaran produk melalui *digital marketing* mempunyai kelebihan yang lebih personal karena iklan atau pesan yang dipasarkan langsung mengenai target sasaran yang telah ditentukan, yaitu para pengguna internet. Kemudian pemasar dapat lebih mudah menghitung seberapa akurat media yang digunakan dalam memasarkan produk. Kelebihan yang lain, yaitu *digital marketing* menawarkan biaya yang lebih terjangkau, contohnya adalah *facebook* yang menawarkan CPM (*Cost Per Thousand Impressions*) termurah pada keseluruhan iklan.⁷⁶

Digital marketing atau pemasaran secara digital dapat didefinisikan sebagai segala upaya pemasaran menggunakan perangkat elektronik atau internet dengan beragam taktik *marketing* dan media digital dengan perusahaan dapat berkomunikasi dengan calon konsumen yang menghabiskan waktunya di *online*. Terdapat berbagai akses untuk para calon konsumen supaya dapat melihat penawaran perusahaan, seperti *website*, blog, dan media sosial (*Instagram*, *WhatsApp*, *Line* dan sebagainya). Peran *digital marketing* dalam aktivitas pemasaran suatu perusahaan adalah membuat supaya calon *customer* tertarik pada penawaran yang ditawarkan.⁷⁷

⁷⁶ Tri Rachmadi, *The Power Of Digital Marketing* (TIGA Ebook, 2020).

⁷⁷ Tati Handayani Suharyati, dan Siti Hidayati, *Aspek Kewirausahaan Wanita Dalam Pengembangan UMKM Kota Depok* (Yogyakarta: Deepublish,

b. Tujuan Digital Marketing

Penggunaan pemasaran digital merupakan cara untuk lebih mengartikulasikan masalah tujuan komunikasi yang dapat dicarai bisnis melalui penggunaan internet, seperti:

- 1) Penyebaran informasi. Salah satu tujuan penting penggunaan *website* adalah untuk memberikan informasi yang lengkap dan detail mengenai produk perusahaan. Perusahaan yang menggunakan pemasaran digital mempunyai banyak cara berbeda untuk terlibat dengan konsumen. Menggunakan media internet dalam pemasaran adalah cara terbaik untuk membantu massa memperoleh informasi lengkap.
- 2) Meningkatkan kesadaran. Pemasaran digital bisa membantu meningkatkan kesadaran tentang bisnis dan produk serta layanan yang dihasilkannya. Untuk bisnis dengan anggaran periklanan terbatas, pemasaran digital menawarkan peluang untuk dapat menciptakan kesadaran yang lebih efektif daripada media tradisional.
- 3) Untuk tujuan riset. Perusahaan menggunakan pemasaran digital untuk dapat melakukan riset pasar dan mengumpulkan informasi tentang pesaing, target pelanggan, dan masalah pemasaran.
- 4) Memulai perusahaan pemasaran digital yang menerapkan pemasaran digital untuk membantu menciptakan persepsi atau citra perusahaan yang baik di masyarakat.

- 5) Pengujian produk. Perusahaan menggunakan digital marketing untuk dapat menawarkan produknya.
- 6) Meningkatkan layanan. Peran *digital marketing* yaitu memberikan informasi dan menanggapi berbagai keluhan dan pertanyaan dari pelanggan. Kemampuan pemasaran digital juga bisa meningkatkan layanan dan membangun hubungan positif antara bisnis dan konsumen.
- 7) Pemasaran digital meningkatkan penjualan dan menyediakan banyak cara untuk menjual, mengiklankan, dan memamerkan produk. Salah satunya yaitu melalui *website* yang dirancang untuk memanipulasi nama afiliasi. Afiliasi mewakili hubungan kemitraan antara beberapa situs, yang dapat memungkinkan perusahaan memperluas penjualan produknya dengan berkolaborasi dengan situs *website* nya sendiri.⁷⁸

c. **Manfaat *Digital Marketing***

- 1) Menghubungkan pengusaha dengan konsumen di Internet.
- 2) Menghasilkan penjualan yang tinggi.
- 3) Membuat lebih hemat.
- 4) Mengaktifkan layanan pelanggan real-time.
- 5) Menjangkau pengguna mobile (*Smartphone*).
- 6) Membantu menghasilkan pendapatan tinggi.
- 7) ROI menjadi lebih tinggi dalam laporan hubspot, terkonfirmasi bahwa pemasaran digital dapat membantu untuk menghasilkan *Cost-Per-Lead*

⁷⁸ Ananda Mega Pratiwi dan Abdur Rohman, 'Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Dengan Pendekatan Analisis SWOT Perspektif Marketing Syariah Pada Toko Fihadaessie Surabaya', *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6.1 (2023), 881–98.

(CPL) yang lebih baik dibandingkan dengan pemasaran tradisional atau bahkan telemarketing.

- 8) Menjaga posisi pengusaha terhadap pesaing.
- 9) Membantu pengusaha bersaing dengan perusahaan besar.
- 10) Mempersiapkan pengusaha untuk era *internet of things* (IoT).⁷⁹

d. Indikator Digital Marketing

Indikator Digital menurut Eun Young Kim, yaitu

- 1) *Transactional/Cost*, yaitu salah satu teknik promosi yang mempunyai tingkat efisiensi yang tinggi sehingga dapat menekan biaya dan waktu transaksi.
- 2) *Incentive Program*, yaitu program-program yang menarik tentu menjadi salah satu keunggulan dalam setiap promosi yang dilakukan. Program-program ini juga diharapkan supaya bisa memberikan nilai yang lebih kepada perusahaan.
- 3) *Site design*, merupakan tampilan menarik dalam media digital marketing yang dapat memberikan nilai positif bagi perusahaan.
- 4) *Interactive*, yaitu hubungan dua arah antara pihak perusahaan dengan konsumen yang dapat memberikan info dan dapat diterima dengan baik dan jelas.⁸⁰

9. Pengembangan Usaha

a. Pengertian Pengembangan Usaha

Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha pada usaha itu sendiri supaya dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu

⁷⁹ Tri Rachmadi. *The Power Of Digital Marketing* (TIGA Ebook, 2020).

⁸⁰ Tiara Lestarani, 'Analisis Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Brownies Amanda' (Universitas Pelita Bangsa, 2019).

titik atau puncak kesuksesan. Perkembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Perkembangan usaha merupakan suatu keadaan terjadinya peningkatan omzet penjualan.⁸¹

Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (*starting*), membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain. Namun yang harus diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Oleh karena itu, diperlukan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut supaya dapat berjalan dengan baik. Untuk dapat melaksanakan pengembangan bisnis diperlukan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, keuangan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, jadi besar harapan untuk dapat menjadikan usah yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. Pengembangan ialah sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk dapat menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan menstransformasi berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang

⁸¹ Nasri. 'Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah' (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2020) <http://repository.iainbengkulu.ac.id/4704/1/SKRIPSI_al-fadlilah.pdf>

diinginkan konsumen.⁸² Pengembangan yaitu suatu proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial dengan memanfaatkan keahlian, teknologi, kekayaan intelektual serta arahan pihak luar untuk dapat meningkatkan kualitas sebagai upaya yang bertujuan memperluas usaha.

Perkembangan dalam usaha dilakukan oleh usaha yang telah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Perkembangan adalah wujud kesuksesan dalam berusaha yang dapat dilihat dengan jumlah penjualan yang semakin meningkat, kemampuan pengusaha dalam meraih peluang usaha yang ada dan berinovasi, luasnya pasar yang dikuasai, mampu bersaing, mempunyai akses yang luas terhadap lembaga-lembaga keuangan baik bank dan non bank sehingga dapat meningkatkan pembiayaan usaha.

Pengembangan merupakan upaya yang dilakukan oleh dunia usaha dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil supaya menjadi usaha yang tangguh serta mandiri. Pengembangan usaha adalah usaha yang dilakukan untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis, dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan.⁸³

⁸² Muhammad Rizki Hidayat and Trustorini Handayani, 'Pengembangan Usaha Melalui Kreativitas Dan Motivasi Wirausaha (Studi Pada Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi)', 2018 <https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/792/jbptunikompp-gdl-mohamadriz-39575-1-unikom_2-1.pdf>.

⁸³ Alyas dan Rakib. 'Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros)', *Sosiohumaniora*, 19.2 (2017), 114–20 <<https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v19i2.12249>>

Perkembangan UMKM merupakan kemampuan seseorang pengusaha kecil untuk mensosialisasikan dirinya kepada kebutuhan pangsa pasar, sehingga terdapat perbaikan taraf hidup pada seseorang pengusaha. Definisi lain pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan, sedangkan mengembangkan merupakan perintah selalu berusaha di pembangunan secara bertahap dan diatur yang menjurus pada sasaran yang dikehendaki.

Dari pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha adalah suatu tindakan dalam meningkatkan kemampuan secara konseptual, teknis serta sikap pada sebuah usaha agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

b. Indikator Pengembangan Usaha

Menurut Sakur indikator perkembangan usaha dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Jumlah pendapatan, yaitu dimana suatu perusahaan dapat dikatakan berkembang jika perusahaan tersebut mengalami adanya tingkat pendapatan yang di dapat.
- 2) Jumlah Karyawan, yaitu suatu usaha mengalami perkembangan ketika adanya peningkatan dalam jumlah dari karyawan yang bekerja.
- 3) Pelanggan, yaitu dimana suatu perusahaan dapat dikatakan berkembang jika perusahaan tersebut mempunyai jumlah pelanggan yang meningkat.
- 4) Barang terjual, yaitu dimana suatu perusahaan dapat dikatakan berkembang jika perusahaan tersebut dapat menjual barang sesuai dengan stok yang diharapkan.
- 5) Perluasan usaha selama jangka waktu tertentu, yaitu dimana suatu perusahaan dapat dikatakan

berkembang jika perusahaan tersebut dapat memperluas usahanya.⁸⁴

10. UMKM

a. Pengertian UMKM

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM didefinisikan sebagai berikut.

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai berikut.
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan, yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagai berikut.
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

⁸⁴ Wulandari. 'Pengaruh Kreativitas Wirausaha Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Terdampak Covid-19 (Studi Kasus Umkm Bidang Kuliner Di Rumah Kreatif Bumn Bandung) - Elibrary Unikom' (Universitas Komputer Indonesia, 2020) <<https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3765/>> [accessed 4 April 2022]

tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan dengan kriteria sebagai berikut.
- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).⁸⁵

Badan Pusat Statistik mengemukakan bahwa batasan usaha mikro, kecil dan menengah adalah:

- a) Usaha mikro, yaitu usaha yang mempunyai pekerja kurang dari 5 orang, termasuk

⁸⁵ Rachmawan Budiarto, *Pengembangan UMKM Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis* (Indonesia: Gadjah Mada University Press, 2018).

tambahan anggota keluarga yang tidak dibayar.

- b) Usaha kecil, yaitu usaha yang mempunyai pekerja 5 sampai 19 orang.
- c) Usaha menengah, yaitu usaha yang mempunyai pekerja 19 sampai 99 orang.

Sedangkan menurut Bank Indonesia mendefinisikan usaha mikro, kecil dan menengah yaitu:

- a) Usaha mikro. (SK. Direktur BI No. 31/24/Kep/DER tanggal 5 Mei 1998). Usaha yang dijalankan oleh rakyat miskin atau mendekati miskin. Dimiliki oleh keluarga sumber daya lokal dan teknologi sederhana. Lapangan usaha mudah untuk *exit* dan *entry*.
- b) Usaha kecil. Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00.
- c) Usaha Menengah (SK Dir. BI No.30/45/Dir/Uk tgl 5 Januari 1997). Omzet tahunan < 3 Milyar aser = Rp5 milyar untuk sektor industri aset = Rp600 juta di luar

tanah dan bangunan untuk sektor non industri *manufacturing*.⁸⁶

Menurut Sumarsono 2003 terdapat beberapa alasan yang mendukung pentingnya pengembangan industri mikro, kecil antara lain:

- a) Potensinya terhadap penciptaan dan perluasan tenaga kerja bagi pengangguran.
- b) Untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar.
- c) Untuk mewujudkan keahlian (*skill*) yang dimiliki oleh masyarakat.

b. Jenis-Jenis UMKM

Adapun jenis-jenis dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dapat digolongkan menjadi beberapa jenis, yaitu:

- 1) Usaha kuliner, yaitu salah satu bentuk usaha atau bisnis yang paling banyak di minati, bahkan dsri kalangan muda sekalipun. Berbekal inovasi dalam bidang makanan dan modal yang tidak terlalu besar, bisnis ini terbilang cukup menjanjikan mengingat setiap hari semua orang membutuhkan makanan.
- 2) Manufaktur. Kategori ini meliputi percetakan, pabrik pembuatan baja, pabrik pembuatan rekreasi, manufaktur pakaian, perusahaan mebel, perusahaan lemari, dan perusahaan roti. Bisnis manufaktur merupakan bisnis yang mengubah bahan baku menjadi suatu produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.

⁸⁶ Hamdani, *Mengenal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Lebih Dekat* (Uwais Inspirasi Indonesia, 2020) <https://www.google.co.id/books/edition/MENGENAL_USAHA_MIKRO_KECI_L_DAN_MENENGAH/aGwQEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0>.

- 3) Usaha fashion. Selain makanan, UMKM dibidang *fashion* juga sedang banyak diminati karena setiap tahun mode trend fashion baru selalu hadir yang tentunya dapat meningkatkan pendapatan pelaku bisnis fashion.
- 4) Jasa. Sektor jasa merupakan suatu bidang yang beraneka ragam. Jasa merupakan produk yang tidak dapat di raba yang secara fisik tidak dapat dimiliki.
- 5) Grosir. Pedagang grosir merupakan suatu bisnis bebas, yang memegang kepemilikan barang di pasar. Prusahaan grosir kecil juga menjual beraneka macam produk berupa makanan, supplies, mesin, peralatan rumah tangga, beras, buah dan sayur mayur. Bisnis ini melayani sebagai suatu mata rantai antara manufaktur dan pengecer atau pemakai industry.
- 6) Pengecer, merupakan pedagang yang menjual barang-barang pada konsumen akhir.
- 7) Usaha jenis pertanian, usaha ini mencakup pertanian, meliputi di bidang persawahan seperti padi, sayur-sayuran maupun perkebunan seperti karet, lada, kopi dan lainnya.⁸⁷

c. **Ciri-Ciri UMKM**

- 1) Jenis komoditi/barang yang ada pada usahanya tidak tetap atau dapat berganti sewaktu-waktu.
- 2) Tempat menjalankan usahanya dapat berpindah sewaktu-waktu.
- 3) Usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan.

⁸⁷ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis Dalam Era Globalisasi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011).

- 4) Sumber Daya Manusia (SDM) didalamnya belum mempunyai jiwa wirausaha yang mumpuni.
- 5) Biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah.
- 6) Biasanya pelaku UMKM belum mempunyai akses perbankan, namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank.
- 7) Pada umumnya belum memiliki surat izin usaha atau legalitas, termasuk NPWP.⁸⁸

B. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini peneliti mempunyai 2 variabel, yaitu variabel independen atau variabel bebas (X) yang merupakan variabel yang mempengaruhi dan variabel dependen atau variabel terikat (Y) yang merupakan variabel yang dipengaruhi. Dimana variabel X adalah akses permodalan, *financial literacy*, kreativitas dan *digital marketing*, sedangkan variabel Y adalah pengembangan usaha pada UMKM. Kerangka teoritik dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

X₁ : Akses Permodalan

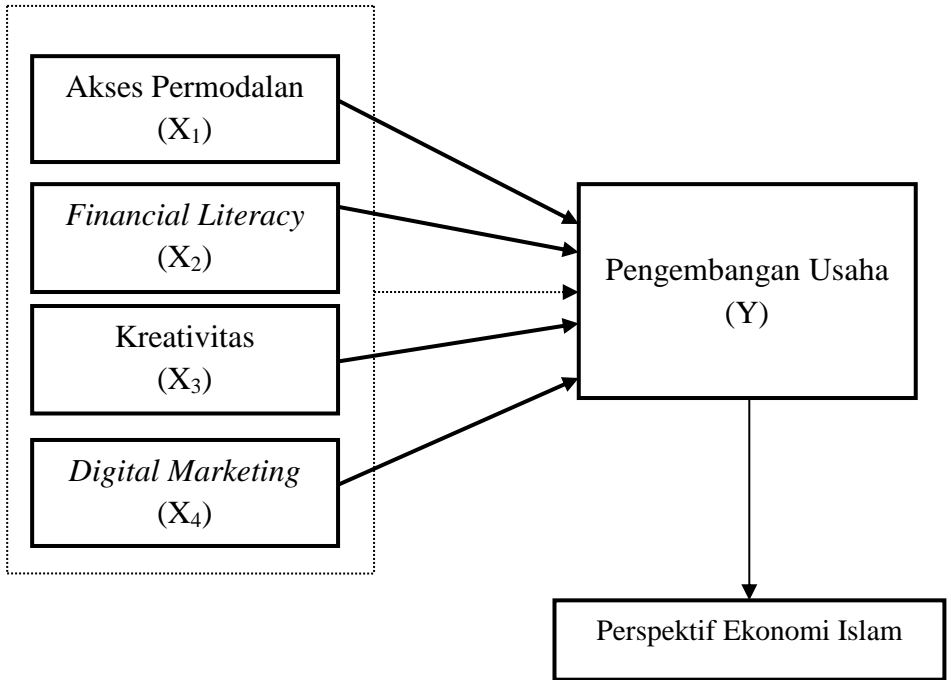
X₂ : *Financial Literacy*

X₃ : Kreativitas

X₄ : *Digital Marketing*

Y : Pengembangan Usaha

⁸⁸ Rosma Dewi, 'Peran Digital Marketing Bagi Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Bisnis Islam' (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022).



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

Keterangan:

- : Berpengaruh secara simultan
- : Berpengaruh secara parsial

C. Pengajuan Hipotesis

1. Pengaruh Akses Permodalan Terhadap Pengembangan Usaha Pada UMKM Di Desa Merak Batin Kecamatan Natar

Modal merupakan salah satu faktor terpenting dalam kegiatan produksi. Bagi suatu perusahaan yang baru berdiri atau mulai menjalankan usahanya, modal digunakan untuk dapat menjalankan kegiatan usaha, sedangkan bagi perusahaan atau bidang usaha maupun bisnis yang sudah lama berdiri biasanya menggunakan modal untuk dapat mengembangkan usaha maupun memperluas pangsa pasar dari bisnis dan usaha tersebut. Bagi para pengusaha, setidaknya harus bisa menggunakan atau memanfaatkan modal dengan seoptimal mungkin, sehingga nantinya perusahaan atau bisnis yang dikelola dapat memberikan keuntungan yang lebih maksimal bagi perusahaan yang sedang dikelola. Jika kita dapat mengatur atau mengelola modal dengan baik, maka kita juga akan mampu membangun usaha dengan lebih baik, karena modal sebenarnya merupakan dasar atau pondasi dalam menjalankan sebuah usaha.

Berdasarkan penjelasan di atas didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Kadek Diki Nugraha Sugita dan Ni Nengah Seri Ekayani tahun 2022 yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Akses Permodalan Terhadap Keberlanjutan UMKM Pada Bidang *Fashion* Di Kota Denpasar”, menyatakan bahwa dari hasil uji hipotesis dinyatakan bahwa akses permodalan berpengaruh positif terhadap keberlanjutan UMKM di bidang *Fashion* Kota Denpasar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik akses permodalan, maka akan semakin meningkat keberlangsungan UMKM.⁸⁹

⁸⁹ I Kadek Diki Nugraha Sugita.

Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Diana Putri Oktarini, Jeni Susyanti, Nurhidayah yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan Dan Penggunaan *Fintech* Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Batu Pada Masa Pandemi Covid-19”, hasil penelitian menyatakan bahwa akses permodalan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha pada sub sektor kuliner sebagian besar menggunakan modal sendiri atau modal internal, tetapi disetiap usaha tidak tergantung dengan adanya modal asing atau modal eksternal, maka akses permodalan yang dihasilkan tidak berpengaruh untuk meningkatkan kinerja UMKM.⁹⁰

Menurut Merdika Setya Aqida dan Shoimatul Fitria tahun 2019 yang berjudul “Pengaruh Akses Keuangan Terhadap Pertumbuhan UMKM Dengan Moderasi Literasi Keuangan Di Kota Semarang”, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa akses keuangan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan UMKM. Hal ini dilihat dari original sample estimate LS pada variabel akses keuangan terhadap pertumbuhan UMKM adalah positif yaitu sebesar 0.768 dan nilai t-statistik $7.520 > 1.962$ dari tersebut menunjukkan bahwa semakin baik akses keuangan, maka semakin tinggi pertumbuhan UMKM.⁹¹ Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Kadek Agus Suardana Dan Lucy Sri Musmini yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan Dan Minat Menggunakan *E-Commerce* Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Buleleng”, hasil penelitian menyatakan bahwa variabel akses permodalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Buleleng. Maka hipotesis yang diajukan peneliti adalah:

⁹⁰ Oktarini, Diana Putri , Susyanti.

⁹¹ Aqida and Fitria.

H₁ : Akses Permodalan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Pengembangan Usaha Pada UMKM Di Desa Merak Batin Kecamatan Natar

2. Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Pengembangan Usaha Pada UMKM Di Desa Merak Batin Kecamatan Natar

Financial Literacy adalah pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik serta dapat membantu dalam pengambilan suatu keputusan usaha. Seperti yang diketahui literasi keuangan berkaitan dengan kinerja UMKM, karena semakin besar *persentase financial literacy* pada UMKM maka kinerja UMKM akan semakin baik sehingga hal tersebut dapat membuat usahanya pun berkembang. Karena dengan *persentase financial literacy* yang tinggi dapat membantu UMKM untuk mengoptimalkan kinerja usahanya dan berhati-hati dalam menjalankan operasionalnya.⁹²

Berdasarkan penjelasan di atas didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Dimas Cahyo Saputra, Kun Ismawati, Dan Ignatius Novie Endi Nugroho yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM”, hasil penelitian menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja UMKM Kabupaten Karanganyar. Sehingga dengan meningkatkan literasi keuangan maka kinerja UMKM akan mengalami peningkatan secara nyata.⁹³

⁹² Suardana, Kadek Agus dan Musmini. ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan Dan Minat Menggunakan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Buleleng’, *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 11.2 (2020), 191–202 <<https://doi.org/10.23887/JIMAT.V11I2.25918>>

⁹³ Dan Ignatius Novie Endi Nugroho Dimas Cahyo Saputra, Kun Ismawati, ‘Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja

Namun berbeda pendapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Yolanda Iqnatia, Nurmatias dan Dewi Cahyani Pangestuti yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Inovasi, Dan Peran Pemerintah Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah”, hasil penelitian menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap pengembangan usaha kecil dan menengah.⁹⁴ Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Sarah Mardiana yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Modal, Akses Pemasaran (Gofood) Dan Inovasi Teknologi Pembayaran (Gopay) Terhadap Kinerja UMKM Mitra Gofood Dalam Aplikasi Gojek Di Kabupaten Bekasi”, hasil penelitian menyatakan bahwa literasi keuangan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM mitra *gofood*. penelitian yang dilakukan oleh Emely Lisbet Uta Bahiu, Ivonne S. Saerang dan Victoria N. Untup yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan Terhadap Keuangan UMKM Di Desa Gemeh Kabupaten Kepulauan Talud”, hasil penelitian menyatakan bahwa variabel literasi keuangan tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keuangan UMKM pada pelaku UMKM yang ada di desa Gemeh.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Merdika Setya Aqida Dan Shoimatul Fitria yang berjudul Pengaruh Akses Keuangan Terhadap Pertumbuhan UMKM Dengan Memoderasi Literasi Keuangan Di Kota Semarang, hasil penelitian menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan UMKM. Hal ini dapat dilihat dari nilai *original sample estimate* LS pada variabel literasi keuangan terhadap pertumbuhan UMKM

UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Kabupaten Karanganyar)’, *SMOOTING*, 20.3 (2022).

⁹⁴ Yolanda Iqnatia, ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Inovasi, Dan Peran Pemerintah Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah’, *Journal Information*, 2009.

adalah positif yaitu sebesar 0.227 dan nilai t-statistik 2.211 > 1.962. Dari data tersebut menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan, maka semakin tinggi pertumbuhan UMKM. Kemudian sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu Agung Idawati Dan I Gede Surya Pratama yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan UMKM Di Kota Denpasar, hasil penelitian menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Maka, apabila tingkat literasi keuangan seorang pemilik maupun manajer sebuah UMKM semakin tinggi, maka kinerja yang dapat dicapai oleh UMKM tersebut akan semakin meningkat. Maka hipotesis yang diajukan peneliti adalah:

H₂ : *Financial Literacy* Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Pengembangan Usaha Pada UMKM Di Desa Merak Batin Kecamatan Natar

3. Pengaruh Kreativitas Terhadap Pengembangan Usaha Pada UMKM Di Desa Merak Batin Kecamatan Natar

Kreativitas usaha adalah kemampuan seseorang untuk menuangkan ide dan gagasan melalui berpikir kreatif untuk menciptakan sesuatu yang menuntut pemusatan, perhatian, kemauan, kerja keras dan ketekunan. Salah satu keberhasilan dari menjalankan suatu usaha adalah mampu meningkatkan kreativitas. Usaha yang diimbangi kreativitas tidak akan menimbulkan kesan monoton. Kreativitas usaha sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha supaya dapat beradaptasi dengan perilaku konsumen yang berubah dari sebelumnya. Kreativitas sesungguhnya melekat dalam diri seseorang, yang sering ditunjukkan melalui pengaktualisasian diri. Berpikir kreatif merupakan kemampuan untuk mengarahkan pikiran kepada pengembangan ide-ide baru dan mengerjakan ide-ide

tersebut dalam sebuah hasil karya yang baru. Kreativitas penting dalam memenangkan persaingan bisnis yang kompetitif dan memelihara kelangsungan hidup usaha.⁹⁵

Berdasarkan penjelasan di atas didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Takhim dan Meftahudin tahun 2018 yang berjudul Analisis Pengaruh Modal Usaha, Kreatifitas dan Daya Saing Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Kasus pada Bengkel Las di Kabupaten Wonosobo), menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap pengembangan UMKM.⁹⁶

Namun berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andi Hendrawan, Ferri Kuswanto dan Hari Sucahyawati tahun 2019 yang berjudul Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 30 UMKM di Cilacap Wilayah Barat, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Dimensi kreativitas person terhadap pengembangan UMKM ($P=0,01$). Tidak terdapat pengaruh Dimensi kreativitas proses terhadap pengembangan UMKM ($P=0,068$). Terdapat pengaruh Dimensi kreativitas produk terhadap pengembangan UMKM ($P=0,00$). Terdapat pengaruh Dimensi kreativitas press terhadap pengembangan UMKM ($P=0,00$).⁹⁷

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Soriyani Harahap dan Nur'ain Harahap tahun 2022 yang berjudul Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada

⁹⁵ Eko Sudarmanto, Sukarman Purba, Sunday Ade Sitorus, dkk. *Manajemen Kreativitas Dan Inovasi* (Yayasan Kita Menulis, 2022)

⁹⁶ Takhim. 'Analisis Pengaruh Modal Usaha , Kreatifitas Dan Daya Saing Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Kasus Pada Bengkel Las Di Kabupaten Wonosobo)', *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 1.1 (2018), 65–73

⁹⁷ Andi Hendrawan, Ferri Kuswanto, and Hari Sucahyawat, 'Dimensi Kreativitas Dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)', *Jurnal Hummansi*, 2.1 (2019), 25–36.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang, menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hal ini berarti semakin baik kreativitas yang dipunyai, maka keberhasilan usaha pada UMKM semakin meningkat.⁹⁸

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Andini Wulandari tahun 2020 yang berjudul Pengaruh Kreativitas Wirausaha Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Terdampak Covid-19 (Studi Kasus Umkm Bidang Kuliner Di Rumah Kreatif Bumn Bandung). Hasil penelitiannya yaitu dari hasil penelitian secara parsial untuk menguji pengaruh terhadap Kreativitas Wirausaha diperoleh hasil terdapat pengaruh yang signifikan Terhadap Perkembangan Usaha pada UMKM Kuliner di Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung. Maka semakin baik Kreativitas Wirausaha maka Perkembangan Usaha pun akan semakin meningkat.⁹⁹ Maka hipotesis yang diajukan peneliti adalah:

H₃ : Kreativitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan Terhadap Terhadap Pengembangan Usaha Pada UMKM Di Desa Merak Batin Kecamatan Natar

⁹⁸ Soriyani Harahap. 'Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang', *E Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 2.2 (2022), 61–70

⁹⁹ Wulandari. 'Pengaruh Kreativitas Wirausaha Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Terdampak Covid-19 (Studi Kasus Umkm Bidang Kuliner Di Rumah Kreatif Bumn Bandung) - Elibrary Unikom' (Universitas Komputer Indonesia, 2020) <<https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3765/>> [accessed 4 April 2022]

4. Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Pengembangan Usaha Pada UMKM Di Desa Merak Batin Kecamatan Natar

Strategi pemasaran melalui *digital marketing* dapat memudahkan pelaku usaha UMKM untuk memberikan informasi kepada pembeli, mengkomunikasikan, mempromosikan, dan menjual produk dan jasanya lewat internet. Untuk mendukung usaha yang dijalankan, mereka juga melakukan pemasaran secara online dengan memanfaatkan *smartphone*, yaitu sebagai alat pemasaran produk mereka. Untuk berkomunikasi dan menawarkan produk dengan konsumen, mereka menggunakan *digital marketing* melalui media sosial sebagai perantara, mulai dari Facebook, WhatsApp, Instagram, dan lain sebagainya.¹⁰⁰

Menurut penelitian Cici Novita dan Abdul Malik tahun 2021 yang berjudul Pengaruh Pemanfaatan *Digital Marketing* Terhadap Keberlangsungan Kegiatan UMKM Di Desa Cempedak Lobang Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai, menyatakan bahwa variabel *digital marketing* memiliki pengaruh positif terhadap keberlangsungan kegiatan UMKM di Desa Cempedak Lobang Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai.¹⁰¹

Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Khotim Fadhlil dan Nia Dwi Pratiwi tahun 2021 yang berjudul Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi

¹⁰⁰ Darmayanti and others. 'Penerapan Sistem Pemasaran Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Bintang Nauli Boneka', *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 2.1 (2022), 291–300.

¹⁰¹ Novita and Malik. 'Pengaruh Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Keberlangsungan Kegiatan UMKM Di Desa Cempedak Lobang Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai', *Jurnal Mutiara Manajemen*, 6.2 (2021)

Zio Jombang, menyatakan bahwa digital marketing tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen Poskopi Zio di Kabupaten Jombang.¹⁰² Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fenny Krisna Marpaung dan Hendra Jonathan Sibarani tahun 2018 yang berjudul *Bagaimana Pengaruh Digital Marketing Dan Capacity Building Terhadap Kinerja UKM Di Kota Medan*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UKM di Kota Medan.¹⁰³ Maka hipotesis yang diajukan peneliti adalah:

H₄ : Digital Marketing mempunyai pengaruh positif dan signifikan Terhadap Pengembangan Usaha Pada UMKM Di Desa Merak Batin Kecamatan Natar

5. Akses Permodalan, Financial Literacy, Kreativitas, dan Digital Marketing secara simultan berpengaruh Terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM Di Desa Merak Batin Kecamatan Natar

Berdasarkan penelitian Muhamad Takhim dan Meftahudin tahun 2018 berjudul “Analisis Pengaruh Modal Usaha, Kreatifitas dan Daya Saing Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Kasus pada Bengkel Las di Kabupaten Wonosobo)”, Hasil penelitian menunjukkan bahwa Modal Usaha, Kreativitas dan Daya Saing berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap

¹⁰² Khotim Fadhli & Nia Dwi Pratiwi, ‘Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopio Zio Jombang’, *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2.2 (2021), 603–12. ‘Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopio Zio Jombang’, *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2.2 (2021), 603–12

¹⁰³ Fenny Krisna Marpaung. ‘Bagaimana Pengaruh Digital Marketing Dan Capacity Building Terhadap Kinerja UKM Di Kota Medan’, *Jurnal AKRAB JUARA*, 3.4 (2018)

Pengembangan UMKM. Menurut Andini Wulandari tahun 2020 berjudul “Pengaruh Kreativitas Wirausaha Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Terdampak Covid-19 (Studi Kasus Umkm Bidang Kuliner Di Rumah Kreatif BumN Bandung)”, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Kreativitas Wirausaha dan Penggunaan Media Sosial terhadap Perkembangan Usaha pada UMKM Kuliner Rumah Kreatif BUMN BRI Bandung. Menurut Suci Nurhidayah tahun 2020 berjudul “Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UMKM Di Kabupaten Tegal), hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kinerja usaha UMKM *laundry* di Kecamatan Sukasari, Kota Bandung, artinya jika terciptanya kreativitas dan inovasi maka dapat terbentuk suatu kinerja usaha.

H₅ : Akses Permodalan, *Financial Literacy*, Kreativitas, dan *Digital Marketing* Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM Di Desa Merak Batin Kecamatan Natar

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dari itu dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Akses Permodalan terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar. Hal tersebut dibuktikan dengan *T-statistik* $3.398 > T\text{-tabel } 1.96$ dan *P-value* $0.001 (<0.05)$. Dimana Akses Permodalan secara signifikan berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin. Kemudian *Original Sampel* (O) 0.403, dari hasil tersebut menunjukkan bahwa Akses Permodalan berpengaruh positif terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar. Jadi, semakin baik Akses Permodalan maka akan semakin baik pula Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar.
2. Terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan pada *Financial Literacy* terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *T-statistik* $0.859 < T\text{-tabel } 1.96$ dan *P-value* $0.391 (>0.05)$. *Original Sampel* (O) 0.138, dari hasil tersebut menunjukkan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar. Artinya, dalam hal ini indikator-indikator yang terdapat pada *Financial Literacy* tidak memberikan kontribusi yang besar dalam perannya untuk mempengaruhi pengembangan usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar. Sehingga menunjukkan bahwa *Financial Literacy* mempengaruhi Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin, namun

pengaruhnya tidak signifikan atau kontribusinya tidak besar dalam Pengembangan Usaha UMKM di Desa Merak Batin.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Kreativitas terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar. Kecamatan Natar. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *T-statistik* $2.105 > T\text{-tabel}$ 1.96 dan *P-value* 0.036 (<0.05). *Original Sampel* (O) 0.264 dari hasil tersebut menunjukkan bahwa Kreativitas berpengaruh positif terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar. Dapat diartikan apabila Kreativitas naik maka Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin juga naik.
4. Tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan pada *Digital Marketing* terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *T-statistik* $0.202 < T\text{-tabel}$ 1.96 dan *P-value* 0.840 (>0.05). Dimana *Digital Marketing* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin. *Original Sampel* (O) -0.032 dari hasil tersebut menunjukkan bahwa *Digital Marketing* berpengaruh negatif terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar. Dalam hal ini *Digital Marketing* tidak memberikan kontribusi dalam perannya untuk mempengaruhi Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar.
5. Akses Permodalan, *Financial Literacy*, Kreativitas, *Digital Marketing* secara simultan berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Desa Merak Batin Kecamatan Natar. Hal tersebut dibuktikan dari nilai F hitung yang diperoleh yaitu 38.155. Nilai F tabel pada tingkat signifikansi 0.05 adalah 2.51, sehingga F hitung ($38.155 > F\text{ tabel}$ (2.51)). Dengan demikian koefisien signifikan H_5 diterima, artinya Akses Permodalan, *Financial Literacy*, Kreativitas, dan *Digital Marketing*

berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM (Y) secara signifikan.

6. Pengembangan Usaha menurut perspektif Islam, yaitu dalam perspektif ekonomi Islam mengenai Pengembangan Usaha, Islam menganjurkan dalam melakukan pengembangan usaha UMKM dalam konsep ekonomi Islam harus dilakukan dengan sungguh-sungguh, bekerja sesuai dengan norma-norma ekonomi Islam dan tidak melanggar segala aturan yang telah ditetapkan Allah SWT. Dalam Islam telah dilarang keras kepada kita umat muslim untuk melakukan aktifitas ekonomi yang mengandung unsur-unsur yang di haramkan seperti riba, maysir, gharar dan sebagainya, baik itu dalam hal pengembangan usaha maupun kegiatan ekonomi lainnya. Ajaran Islam juga secara tegas telah menghalalkan aktivitas jual-beli atau perdagangan. Islam juga memperbolehkan melakukan pinjaman atau hutang-piutang serta melakukan pemasaran secara online dengan ketentuan tidak mengandung bunga atau riba, maysir (judi), gharar serta kegiatan yang menyangkut pembuatan dan/atau penjualan produk haram. Kemudian dilakukan dengan jujur dan adil. Lalu dalam ajaran Islam pentingnya melakukan pencatatan keuangan atau pembukuan yang berguna untuk mengetahui perkiraan hutang piutang serta kondisi perputaran uang yang berhubungan dengan pemasukan dan pengeluaran. Selain itu, pembukuan difungsikan pula untuk merinci keuntungan dan kerugian, menentukan harta keseluruhan sebagai dasar menentukan kadar zakat yang harus dikeluarkan oleh setiap individu. Jadi, dalam Islam melarang keras untuk melakukan aktifitas ekonomi yang mengandung unsur-unsur yang di haramkan seperti riba, maysir, gharar dan sebagainya, baik itu dalam hal pengembangan usaha maupun kegiatan ekonomi lainnya

B. Rekomendasi

Pokok pikiran yang dapat dijadikan saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan bagi pelaku UMKM untuk memahami mengenai Pengembangan Usaha. Serta diharapkan pelaku UMKM dapat mencari banyak informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong pengembangan usaha, sehingga pelaku UMKM dapat mengetahui apa saja yang harus dilakukan maupun diperbaiki dalam menjalankan suatu usaha. Kemudian pelaku UMKM harus selalu mencari informasi mengenai apasaja yang sedang berkembang mengenai suatu bisnis baik mengenai produk maupun dalam pemasaran, sehingga para pemilik usaha tidak tertinggal dengan pengusaha yang lain.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu referensi tambahan bagi peneliti maupun peneliti selanjutnya mengenai pengembangan usaha pada UMKM. Selain itu, untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan Pengembangan Usaha pada UMKM. Dan peneliti selanjutnya dapat memperluas wilayah sampel dan dapat menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi pengembangan Usaha pada UMKM maupun dapat melakukan penelitian di tempat lain.

3. Bagi Pemerintah

Pemerintah diharapkan ikut aktif serta memfasilitasi dan memberikan dukungan kepada pelaku UMKM seperti mengadakan bimbingan atau pelatihan agar pelaku UMKM paham apa saja faktor yang membantu perkembangan usahanya. Pemerintah dapat mengadakan bimbingan tentang pengetahuan mengenai jenis-jenis keuangan, pinjaman, tabungan, asuransi, dan investasi. Kemudian tentang bagaimana cara melakukan pengelolaan

keuangan usaha dengan baik. Pemerintah juga dapat melakukan pelatihan agar pelaku UMKM paham tentang adanya perubahan pemasaran konvensional menjadi pemasaran *online*, sehingga materinya berkaitan dengan pemasaran secara digital agar pelaku UMKM tetap mengikuti perkembangan teknologi.

DAFTAR RUJUKAN

- Achmad Choerudin, dkk., *Literasi Keuangan* (Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2023)
- Ali, Aditya, 'Kreativitas Dalam Pemikiran Csikszentmihalyi', *ARTCOMM*, 1.1 (2018), 57–58
- Alyas dan, and Muhammad Rakib, 'Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros)', *Sosiohumaniora*, 19.2 (2017), 114–20
<<https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v19i2.12249>>
- Anoraga, Pandji, *Pengantar Bisnis Dalam Era Globalisasi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011)
- Anshori, Muhammad Ni'am, 'Muhammad Ni'am Anshori, "Analisis Pengaruh Modal Finansial Dan Modal Sosial Terhadap Keberlangsungan Usaha Santri Pada Komunitas Santripreneur Di Kabupaten Temanggung', *Universitas Muhammadiyah Magelang*, 2020
- Aprillia, Riska, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Akses Permodalan Dan Minat Menggunakan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM DI Kecamatan Majenang' (Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 2022)
- Aqida, Merdika Setya, and Shoimatul Fitria, 'Pengaruh Akses Keuangan Terhadap Pertumbuhan UMKM Dengan Moderasi Literasi Keuangan Di Kota Semarang', *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*, 2019 <<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>>
- Arniti, Ni Ketut, 'Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Kreativitas Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Kerajinan Batu Padas Banjar Silakarang, Gianyar', *Media Bina Ilmiah*, 13.11 (2019), 1753
<<https://doi.org/10.33758/mbi.v13i11.258>>

Arumsari, Nurul Rizka, Nurzahroh Lailiyah, and Tina Rahayu, 'Peran Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi Di Kelurahan Plamongansari Semarang', *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11.1 (2022), 92 <<https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>>

Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Selatan, 'Kecamatan Natar Dalam Angka 2022', *Lampungselatankab.Bps.Go.Id*, 2022 <<https://lampungselatankab.bps.go.id/publication.html?page=6>>

Bahiyu, E. L. U., Saerang. I. S., & Untu, V. N., 'Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan Terhadap Keuangan UMKM Di Desa Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud', *Jurnal EMBA: Emely Lisbet Uta Bahiu Ivonne S. Saerang Victoria N. Untu3 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas*, 9.3 (2021), 1819–28

Bangun, Usman Pebrianta, 'Pengaruh Kreativitas Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pedagang Pasar Kaget Binjai' (Universitas sumatera utara, 2017)

Budiarto, Rachmawan, *Pengembangan UMKM Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis* (Indonesia: Gadjah Mada University Press, 2018)

Darmayanti, Serly, Niken Ramanda Putri, Fanisya Rahma Febriyanti, and Endah Listiawan, 'Penerapan Sistem Pemasaran Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Bintang Nauli Boneka', *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 2.1 (2022), 291–300

Desi Ayu Rizky, 'Pengaruh Kreativitas, Motivasi Dan Efikasi Diri Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Pelaku UMKM Makanan Di Kabupaten Purworejo)', *Jurnal Volatilitas*, 5.1 (2023), 36

Dewi, Rosma, 'Peran Digital Marketing Bagi Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Bisnis Islam' (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022)

Dharmawati, Made, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2016)

Diana, Diana, Luqman Hakim, and Muhammad Fahmi, 'Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Umkm Di Tangerang Selatan', *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3.2 (2022), 67 <<https://doi.org/10.24853/jmmb.3.2.67-74>>

Dimas Cahyo Saputra, Kun Ismawati, Dan Ignatius Novie Endi Nugroho, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Kabupaten Karanganyar)', *SMOOTING*, 20.3 (2022)

Djuwita, Diana, and Ayus Ahmad Yusuf, 'Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha', *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10.1 (2018), 105 <<https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2837>>

Eko Sudarmanto, Sukarman Purba, Sunday Ade Sitorus, Anggri Puspita Sari, Hengki Mangiring Parulian Simarmata, *Manajemen Kreativitas Dan Inovasi* (Yayasan Kita Menulis, 2022)

Ekon.go.id, 'UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia', <https://Ekon.Go.Id/Publikasi/Detail/2969/Umkm-Menjadi-Pilar-Penting-Dalam-Perekonomian-Indonesia>, 2021

Fenny Krisna Marpaung, Hendra Jonathan Sibarani, 'Bagaimana Pengaruh Digital Marketing Dan Capacity Building Terhadap Kinerja UKM Di Kota Medan', *Jurnal AKRAB JUARA*, 3.4 (2018)

Fifian Permata Sari, dkk., *Strategi Pengembangan & Pemasaran UMKM: Teori & Studi Kasus* (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023)

fst.walisongo.ac.id, 'Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square) – Fakultas Sains Dan Teknologi', 2020 <<https://fst.walisongo.ac.id/analisis-sem-structural-equation-modelling-dengan-smartpls-partial-least-square/>> [accessed 29 March 2023]

Halawa, Linda Purnamasari, 'Pengaruh Pendampingan Usaha Dan Bantuan Akses Modal Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Kelurahan Pulo Brayan Bengkel Kecamatan Medan Timur', *Universitas HKBP Nommensen*, 2.30 (2022), 1–17

Hamdani, Mengenal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Lebih Dekat (Uwais Inspirasi Indonesia, 2020) <https://www.google.co.id/books/edition/MENGENAL_USAHA_MIKRO_KECIL_DAN_MENENGAH/aGwQEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0>

Hendrawan, Andi, Ferri Kuswanto, and Hari Sucahyawat, 'Dimensi Kreativitas Dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)', *Jurnal Hummansia*, 2.1 (2019), 25–36

Hidayat, Muhammad Rizki, and Trustorini Handayani, 'Pengembangan Usaha Melalui Kreativitas Dan Motivasi Wirausaha (Studi Pada Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi)', 2018 <https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/792/jbptunikompp-gdl-mohamadriz-39575-1-unikom_2-1.pdf>

I Kadek Diki Nugraha Sugita, Ni Nengah Seri Ekayani, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Akses Permodalan Terhadap Keberlanjutan UMKM Pada Bidang Fashion Di Kota Denpasar', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 8.1 (2022), 117–25

Ichsana, Yera, Hilda Monoarfa, and Fitranty Adirestuty, 'Penerapan Etika Pemasaran Islam Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm)', *JURNAL SCHEMATA Pascasarjana UIN Mataram*, 8.2 (2019), 155–66 <<https://doi.org/10.20414/schemata.v8i2.1202>>

Imam Ghozali, *Partial Least Squares - Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*, Edisi 2 (Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2020)

Imam Ghozali and Hengky Laten, *Partial Least Square Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0, 2nd Ed.* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015)

Iqnatia, Yolanda, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Inovasi, Dan Peran Pemerintah Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah', *Journal Information*, 2009

Isfenti Sadalia dan Novi Andrani Butar-Butar, *PERILAKU KEUANGAN: Teori Dan Implementasi* (Medan: Pustaka Bangsa Press, 2016)

Khotim Fadhli & Nia Dwi Pratiwi, 'Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopio Zio Jombang', *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2.2 (2021), 603–12

Kodu, Shintia, Usman Moonti, Ivan Rahmat Santoso, Radia Hafid, and Pengelolaan Keuangan, 'Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM Di Foodcourthalal Sabilurrasyad Universitas Negeri Gorontalo', *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 09.1 (2023), 437–48

lampung-antaranews-com.cdn.ampproject.or, 'Gubernur Lampung Sebut Digitalisasi Justru Perluas Akses Pasar UMKM', https://LampungAntaranewsCom.Cdn.Ampproject.Org/v/s/Lampung.Antaranews.Com/Amp/Berita/661545/Gubernur-Lampung-SebutDigitalisasiJustruPerluasAksesPasarUmkm?Amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQKKAFAQArABIACAaw%3D%3D#aoh=16702364566431&referrer=https%3A, 2022

M. Fathrezza Imani, M. Khoirul Fikri, and Almas Filzah, 'Pengaruh Kreatif, Inovasi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Daya Beli Konsumen', *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2.1 (2022), 117–38
<<https://doi.org/10.55606/jimek.v2i1.160>>

- Manurung, Jonni dan Manurung, Adler Haymans, *Ekonomi Keuangan & Kebijakan Moneter* (Jakarta: Salemba Empat, 2009)
- Maqdis, ‘Tafsir Surat Ali ‘Imran Ayat 130-133’, *Tafsiralquran.Id*, 2020 <<https://tafsiralquran.id/tafsir-surat-ali-imran-ayat-130-133/>> [accessed 29 July 2023]
- Mawardi, ‘Rambu-Rambu Penyusunan Skala Sikap Model Likert Untuk Mengukur Sikap Siswa’, *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9.3 (2019)
- Mei Ruli Ninin Hilmawati dan Rohmawati Kusumaningtias, ‘Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Sektor Usaha Mikro Kecil Dan Menengah’, *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 10.1 (2021)
- Muhammad Afiruddin, ‘Tafsir Surah An-Nisa’ Ayat 29: Prinsip Jual Beli Dalam Islam’, *Https://Tafsiralquran.Id/*, 2021 <<https://tafsiralquran.id/tafsir-surah-an-nisa-ayat-29-prinsip-jual-beli-dalam-islam/>> [accessed 29 July 2023]
- Muhson, Ali, ‘Analisis Statistik Dengan SmartPLS’, *Universita Negeri Yogyakarta*, 2022, 1
- Munandar, Utami, *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012)
- Muslikh, ‘Upaya Mengembangkan Kreativitas Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Kinerja Bisnis UMKM (Studi Empiris Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di DKI Jakarta).’, *JP Journal & Proceeding Feb Unsoed*, 3.1 (2013), 1–10 <<http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/250>>

- Nabawi, Naufal dan, and Basuki, 'Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Modal Usaha Pengaruhnya Terhadap Pengembangan Usaha Umkm', *AL-ULUM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8.1 (2022), 111–20
<<https://doi.org/10.31602/alsh.v8i1.6837>>
- Nasri, Al Fadilla Darma, 'Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah' (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2020)
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/4704/1/SKRIPSI_al-fadlilah.pdf>
- Novita, Cici, and Abdul Malik, 'Pengaruh Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Keberlangsungan Kegiatan UMKM Di Desa Cempedak Lobang Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai', *Jurnal Mutiara Manajemen*, 6.2 (2021)
- Novita Mega Angel Viridianasari, 'Analisis Pengaruh Kreatif Dan Inovatif Di Dunia Bisnis Kewirausahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1.1 (2021), 37–47
<<https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i1.81>>
- OJK, 'Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025', *Ojk.Go.Id*, 2021, pp. 1–130
<<https://www.ojk.go.id/id/beritadankegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-2021-2025.aspx>>
- Oktarini, Diana Putri, Susyanti, Jeni, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan Dan Penggunaan Fintech Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Batu Pada Masa Pandemi Covid-19', *E – Jurnal Riset Manajemen*, 11.20 (2020), 72–83
- Panggabean, Gita Sandyah, 'Pengaruh Kreativitas Dan Lingkungan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Papan Bunga Di Kota Medan', *Repository Universitas HKBP Nommensen*, 2022, 1–32

- Pariyem, Widiyanto dan Wijang Sakitri, 'Variabel Determinant Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Pasar Sronдол', *Economic Education Analysis Journal*, 9.1 (2020)
- Pitter Leiwakabessy dan Fensca F. Lahallo, 'Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Sebagai Solusi Dalam Meningkatkan Produktivitas Usaha Pada UMKM Kabupaten Sorong', *J-DEPACE (Journal of Dedication to Papua Community)*, 1.1 (2018), 11–21
- Putu Ayu Mira Witriyanti Wida, Ni Nyoman Kerti Yasa, dan I Putu Gde Sukaatmadja, 'Aplikasi Model TAM (Technology Acceptance Model) Pada Perilaku Pengguna Instagram', *Jurnal Ilmu Manajemen Mahasaraswati*, 6.2 (2016)
- Quranhadits.co, 'Al-Qur'an Surat Al-Mulk Ayat 15' <<https://quranhadits.com/quran/67-al-mulk/al-mulk-ayat-15/>> [accessed 29 July 2023]
- quranhadits.com, 'Al-Qur'an Surat Al-Jumu'ah Ayat 10' <<https://quranhadits.com/quran/62-al-jumu-ah/al-jumuah-ayat-10/>> [accessed 29 July 2023]
- Rahim, Siti Hafizah Abdul, Rosemaliza Abdul Rashid, and Abu Bakar Hamed, 'Islamic Financial Literacy and Its Determinants among University Students: An Exploratory Factor Analysis', *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6.7Special Issue (2016), 32–35
- Ramadhan, Azhari Fauzi, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Akses Permodalan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Bandung' (Universitas Pasundan Bandung, 2018)
- Rika Desiyanti dan Hamirul, *COVID-19 Merubah Wajah Indonesia, Literasi Dan Inklusi Keuangan UMKM Selama Pandemi* (Malang: CV. Pustaka Learning Center, 2020) <https://www.google.co.id/books/edition/COVID_19_MERUBAH_WAJAH_INDONESIA_LITERASI/pC89EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=literasi+keuangan+umkm&pg=PA1&printsec=frontcover> [accessed 6 November 2022]

- Rohman, Ananda Mega Pratiwi dan Abdur, 'Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Dengan Pendekatan Analisis SWOT Perspektif Marketing Syariah Pada Toko Fihadaessie Surabaya', *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6.1 (2023), 881–98
- Sagita, Nafa Grilda, Maulidiyah Kartikasari, Maulana Hussein Asyrofi, and Kinanti Resmi Hayati, 'Optimalisasi Digital Marketing Untuk Pengembangan UMKM Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya', *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2.4 (2022), 1325–32
<<https://doi.org/10.54082/jamsi.430>>
- Septa Arisando, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan Dan Akses Permodalan Terhadap Penjualan UMKM Di Bandar Lampung' (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020)
- Septiani, Risa Nadya, and Eni Wuryani, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9.8 (2020), 3214
<<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p16>>
- Sitompul, Pandapotan, 'Digitalisasi Marketing UMKM', *Seminar Nasional Manajemen Dan Akuntansi*, 1.1 (2022), 1–28
- Soriyani Harahap, Nur'ain Harahap, 'Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang P', *E Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 2.2 (2022), 61–70
- Suardana, Kadek Agus dan Musmini, Lucy Sri, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan Dan Minat Menggunakan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Buleleng', *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 11.2 (2020), 191–202
<<https://doi.org/10.23887/JIMAT.V11I2.25918>>

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019)

———, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2022)

Suharyati, Siti Hidayati, dan Tati Handayani, *Aspek Kewirausahaan Wanita Dalam Pengembangan UMKM Kota Depok* (Yogyakarta: Deepublish, 2020)
<https://www.google.co.id/books/edition/Aspek_Kewirausahaan_Wanita_Dalam_Pengemb/rrkREAAQBAJ?hl=id&gbpv=0>

Sujarweni, Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015)

Supriadi, Dedi, *MODUL AKSES PERMODALAN* (Penerbit Lakeisha, 2020)
<https://www.google.co.id/books/edition/MODUL_AKSES_PERMODALAN/Pg4gEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0&kptab=overview>

Supriadi, S, 'Mengembangkan Kemampuan Berpikir Kreatif Matematik Mahasiswa Pendidikan Guru Sekolah Dasar Melalui Pelajaran Etnomatematika Sunda', *Jurnal Pengajaran MIPA*, 22.1 (2017)

Takhim, Muhamad dan Meftahudin, 'Analisis Pengaruh Modal Usaha, Kreatifitas Dan Daya Saing Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Kasus Pada Bengkel Las Di Kabupaten Wonosobo)', *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 1.1 (2018), 65–73

Tiara Lestarani, 'Analisis Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Brownies Amanda' (Universitas Pelita Bangsa, 2019)

Tri Rachmadi, *The Power Of Digital Marketing* (TIGA Ebook, 2020)

Wibowo, Yuyun Ari, 'Bermain Dan Kreativitas Dalam Pembelajaran Pendidikan Jasmani', *Jurnal Pendidikan Jasmani Indonesia*, 7.2 (2010), 1–15

Winarsih, Wiwin, and Putri Andriani, 'Peranan Kreativitas Dan Inovasi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT . Nippon Indosari Corpindo Tbk', *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10 (2022), 59–68

Wulandari, Andini, 'Pengaruh Kreativitas Wirausaha Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Terdampak Covid-19 (Studi Kasus Umkm Bidang Kuliner Di Rumah Kreatif Bumn Bandung) - Elibrary Unikom' (UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA, 2020) <<https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3765/>> [accessed 4 April 2022]

www-idxchannel, 'Begini Pentingnya Peran UMKM Dalam Perekonomian Indonesia!', *Www-Idxchannel-Com.Cdn.Ampproject.Org*, 2022 <https://www-idxchannel-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.idxchannel.com/amp/economics/begini-pentingnya-peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQKKA FQArABIACA w%3D%3D#aoh=16491665561386&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&a> [accessed 19 April 2022]

www.ojk.go.id, 'SAL SEOJK 30 - Literasi Keuangan', *Https://Www.Ojk.Go.Id/Id/Kanal/EdukasiDanPerlindunganKonsumen/Regulasi/SuratEdaranOjk/Documents/SAL%20SEOJK%2030%20-%20Literasi%20Keuangan.Pdf*, 2017, p. 2

Yanti, Wira Iko Putri, 'Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Moyo Utara', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2.1 (2019)

Yudha Winter Pratama dan Candra Wijayangka, 'Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Akses Pembiayaan Pada Umkm', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3.2 (2019), 378–87

Yunianto, Andika, and Nafisah Yuliani, 'Penggunaan Digital Marketing Dalam Keberlangsung Pemberdayaan Perkenomian Upada Masa Pandemi MKM', *Jurnal Esensi Infokom : Jurnal Esensi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer*, 6.1 (2022), 59–63
<<https://doi.org/10.55886/infokom.v6i1.457>>