

**PENGARUH JENIS PRODUK DAN LOKASI USAHA TERHADAP KINERJA
UMKM DENGAN *DIGITAL FINANCIAL TECHNOLOGY* SEBAGAI
VARIABEL MODERASI
(STUDI KASUS UMKM DI KABUPATEN BOJONEGORO)**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT TYPE AND BUSINESS LOCATION ON MSME
PERFORMANCE WITH DIGITAL FINANCIAL TECHNOLOGY AS A
MODERATION VARIABLE
(CASE STUDY OF MSMES IN BOJONEGORO DISTRICT)***

Dwi Sri Dani Afriza¹, Bambang Sutadi Triwibowo²

Program Studi Manajemen, Program Pascasarjana - Universitas Islam Syekh Yusuf
E-mail: dsafriza@unis.ac.id¹, 22207030014@students.unis.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product type and business location on the performance of micro, small, and medium enterprises (UMKM) in Bojonegoro Regency, as well as examine digital financial technology as a moderation variable in the relationship. Explanatory research with a quantitative approach will be used. The sampling method to be used in this study is purposive sampling. The respondents for this study consisted of 105 UMKM actors in Bojonegoro Regency. Data collection was carried out using questionnaires. Smart PLS type 3.0 will be used for data analysis. The results showed that there was a significant positive influence between product type variables and MSME performance. There is no influence between business location variables and MSME performance. Meanwhile, the relationship between product type, business location, and MSME performance is not moderated by digital financial technology.

Keywords: *Product Type, Business Location, MSME Performance, Digital Financial Technology.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh jenis produk dan lokasi usaha terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Bojonegoro, serta menguji teknologi keuangan digital sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif akan digunakan. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Responden penelitian ini terdiri dari 105 pelaku UMKM di Kabupaten Bojonegoro. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Smart PLS tipe 3.0 akan digunakan untuk analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel jenis produk dengan kinerja UMKM. Tidak terdapat pengaruh antara variabel lokasi usaha dengan kinerja UMKM. Sementara itu, hubungan antara jenis produk, lokasi usaha, dan kinerja UMKM tidak dimoderasi oleh teknologi keuangan digital.

Kata kunci: Jenis Produk, Lokasi Usaha, Kinerja UMKM, Teknologi Keuangan Digital.

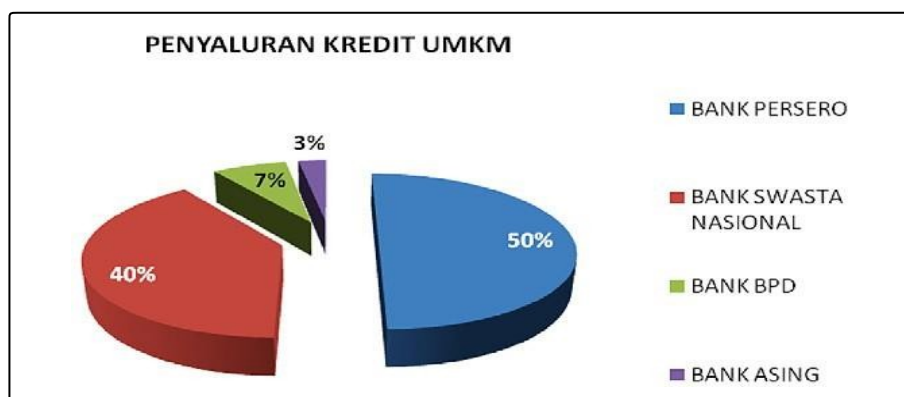
PENDAHULUAN

Investasi dan perdagangan tetap menjadi salah satu penggerak utama perekonomian, terutama di tengah momentum pemulihan pascapandemi. Dalam usaha memulihkan perekonomian yang terdampak berbagai disrupsi, bukan hanya perusahaan besar yang berperan, tetapi juga pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Indonesia memiliki potensi besar di sektor ekonomi, yang terlihat dari pertumbuhan berbagai sektor, termasuk sektor UMKM.

Staf Ahli Menteri Bidang Ekonomi Makro Kementerian Koperasi dan UKM (KemenKopUKM), Rulli Nuryanto, dalam siaran persnya menyatakan bahwa di era saat ini, UMKM harus mampu beradaptasi dan bertransformasi agar tetap bertahan dan berkelanjutan. Strategi yang perlu diambil meliputi inovasi, kreativitas, kolaborasi, dan digitalisasi. Hingga Desember 2022, terdapat 20,76 juta UMKM baru yang telah beralih ke platform digital (onboarding digital). Pada tahun 2023, pemerintah menargetkan sebanyak 24 juta UMKM masuk dalam ekosistem digital.

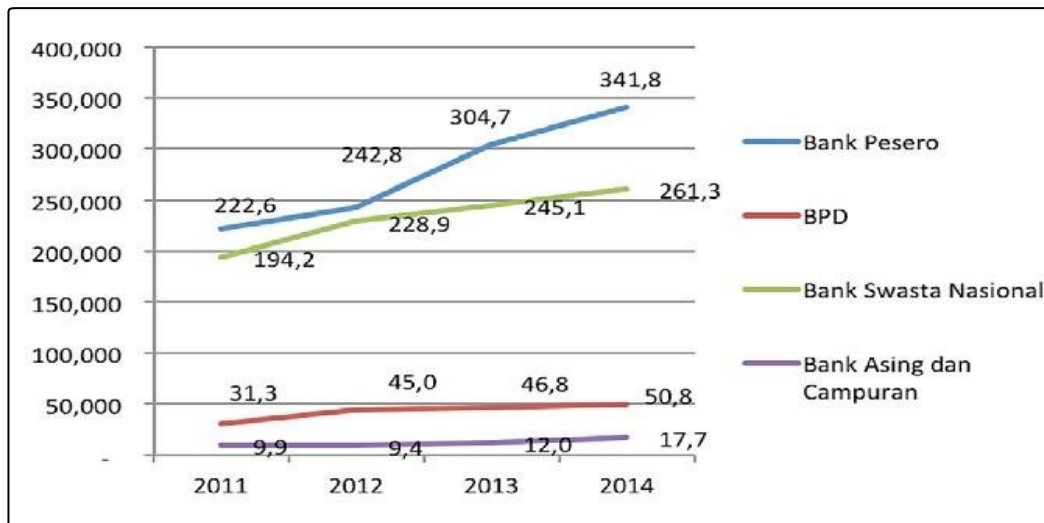
Pemerintah telah menetapkan kebijakan alokasi 30% area publik untuk promosi produk UMKM serta mengalokasikan 40% belanja pemerintah dalam pengadaan barang dan jasa (B/J) untuk KUMKM. Selain itu, Bank Indonesia juga menerapkan aturan yang mewajibkan perbankan untuk mengalokasikan kredit atau pembiayaan bagi UMKM, dimulai dari 5% pada tahun 2015, 10% pada tahun 2016, 15% pada tahun 2017, dan mencapai 20% pada akhir 2018.

Perbankan pun mulai aktif dalam menyalurkan kredit kepada UMKM, yang terbukti dengan peningkatan signifikan dalam penyaluran kredit ke sektor ini. Pertumbuhan kredit UMKM bahkan lebih tinggi dibandingkan dengan total kredit perbankan secara keseluruhan. Pada Gambar 1.1. di bawah ini, data penyaluran kredit tahun 2014 menunjukkan bahwa Bank Persero masih memegang porsi terbesar dengan 50%, diikuti oleh Bank Swasta Nasional dengan 40%, BPD sebesar 7%, serta Bank Asing dan Campuran sebesar 3%.



Gambar 1. Penyaluran Kredit UMKM Tahun 2014

Sumber: Bank Indonesia, diolah



Gambar 2. Penyaluran Kredit UMKM oleh Bank Umum Periode 2011 - 2014
Sumber: Bank Indonesia, diolah

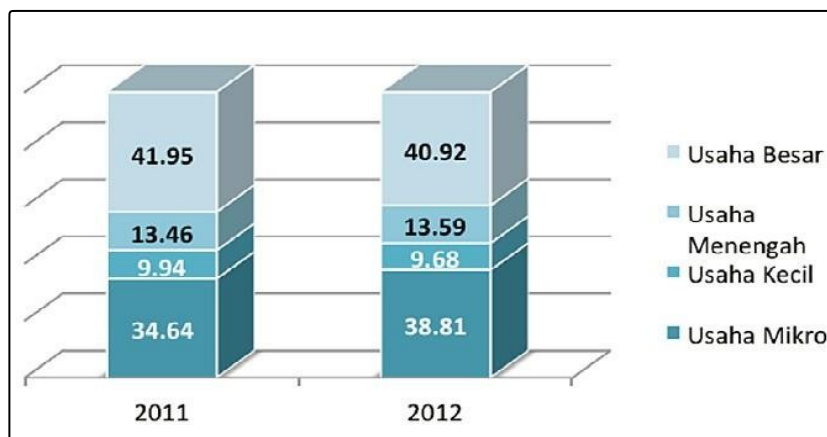
Sementara itu, jika dilihat dari periode tahun 2011 hingga 2014 pada Gambar 2, terdapat peningkatan signifikan dalam penyaluran kredit perbankan kepada UMKM. Kenaikan kredit untuk UMKM rata-rata mencapai 13,63% per tahun.

Dari kedua data tersebut, dapat disimpulkan bahwa perhatian perbankan terhadap sektor UMKM terus meningkat setiap tahunnya. Namun, perbaikan harus berlanjut, tidak hanya dari sisi kuantitas kredit yang perlu terus ditingkatkan, tetapi juga dari segi kualitas yang tetap harus dijaga. Perlu diakui bahwa tidak semua bank yang menyalurkan kredit memiliki kompetensi dan pengalaman dalam mengelola UMKM, karena beberapa bank selama ini lebih fokus pada penyaluran kredit korporasi.

Bank Indonesia, dari sisi kuantitas, telah mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 14/22/PBI/2012 pada tanggal 21 Desember 2012 mengenai Pemberian Kredit oleh Bank Umum dan Bantuan Teknis dalam Rangka Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Peraturan ini mewajibkan bank untuk

mengalokasikan minimal 5% dari total kredit atau pembiayaan kepada UMKM pada tahun 2015. Dilihat juga lebih lanjut pada tahun 2018, rasio kredit untuk UMKM telah ditetapkan 20% minimal dari total kredit ataupun pembiayaan yang disalurkan. Sementara itu jika dilihat dari sisi mutu atau kualitas, pihak perbankan harus memahami proses bisnis sektor UMKM secara lebih mendalam, sehingga penyaluran kredit tepat pada sasaran dan menghasilkan kredit yang lancer, baik dan berkualitas.

Produk Domestik Bruto (PDB) merupakan total nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu negara atau jumlah nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi. Kontribusi sektor UMKM terhadap PDB Nasional, berdasarkan harga berlaku, tercatat sebesar Rp 4.321,8 triliun atau 58,05% pada tahun 2011. Pada tahun 2012, kontribusi tersebut meningkat menjadi Rp4.869,5 triliun atau 59,08%. Disisi lain, UMKM juga sangat berperan aktif dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.



Gambar 3. Perkembangan Usaha Besar dan UMKM Tahun 2011 – 2012

Sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM, 2014, diolah

Dari Gambar 3, terlihat bahwa pada periode 2011 hingga 2012 terjadi pertumbuhan pada UMKM, sedangkan usaha besar mengalami penurunan. Pada tahun 2011, persentase usaha besar mencapai 41,95%, namun pada tahun 2012 turun menjadi 40,92%, mengalami penurunan sekitar 1,03%. Sebaliknya, UMKM menunjukkan tren positif. Di sektor usaha menengah, persentasenya meningkat dari 13,46% pada tahun 2011 menjadi 13,59% pada tahun 2012, dengan kenaikan sebesar 0,13%. Namun, di sektor usaha kecil terjadi sedikit penurunan sebesar 0,26% dari tahun 2011 ke 2012. Yang menonjol adalah sektor usaha mikro, yang mengalami peningkatan signifikan, dari 34,64% pada tahun 2011 menjadi 38,81% pada tahun 2012, menunjukkan kenaikan sebesar 4,17%.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) disebutkan bahwa “Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau digerakkan oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah pendapatan dan kekayaan tertentu.”

Kabupaten Bojonegoro memiliki luas wilayah 2.307,06 km² dengan

jumlah penduduk sekitar 1,3 juta jiwa. Wilayah ini terbagi menjadi 28 kecamatan, 11 kelurahan, dan 419 desa. Kabupaten Bojonegoro memiliki beragam potensi yang dapat dikembangkan, terutama di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Beberapa jenis usaha yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan di Bojonegoro antara lain:

1. Pertanian dan perkebunan

Bojonegoro memiliki lahan yang luas dan cukup subur, sehingga dapat dikembangkan sebagai usaha pertanian dan perkebunan. Beberapa komoditas yang dapat dihasilkan adalah padi, jagung, kedelai, tebu, kopi, dan tembakau.

2. Industri pengolahan

Bojonegoro memiliki beberapa industri pengolahan seperti industri pengolahan bahan pangan, kerajinan tangan, dan pengolahan minyak bumi.

3. Pariwisata

Bojonegoro juga memiliki potensi di bidang pariwisata, terutama wisata alam dan budaya. Beberapa objek wisata yang dapat dikunjungi adalah air terjun Ngrayong, Candi Rejoagung, dan taman nasional Baluran.

Untuk mendorong perkembangan usaha mikro, kecil, dan

menengah (UMKM) di Kabupaten Bojonegoro, pemerintah setempat telah memberikan dukungan melalui berbagai program seperti pelatihan, pendampingan, dan penyediaan akses permodalan. Selain itu, telah dibentuk organisasi dan lembaga yang bertugas mengelola serta mengembangkan UMKM, seperti Dinas Koperasi dan UKM serta Toko Tani Indonesia.

Namun, tantangan yang dihadapi saat ini adalah masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital dalam bidang keuangan. Literasi terkait digitalisasi keuangan masih sangat rendah, dan penjualan serta distribusi produk UMKM secara online belum berjalan efektif.

Bahan baku yang digunakan oleh pelaku usaha untuk memproduksi barang sebagian besar berasal dari hasil pertanian masyarakat setempat, seperti jagung dan ketela, yang kemudian diolah menjadi produk khas Bojonegoro. Pendistribusian produk dilakukan melalui penjualan langsung oleh pelaku UMKM atau dengan menitipkannya di kios-kios oleh-oleh. Target pasar produk ini mencakup wilayah Bojonegoro dan sekitarnya, serta daerah di luar kabupaten.

METODE

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang merupakan penelitian yang dilakukan secara sistematis dan terstruktur dengan perencanaan yang jelas. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dan menghasilkan generalisasi, yakni kesimpulan yang menggambarkan keadaan populasi tertentu (Siyoto & Sodik, 2020).

Partial Least Square (PLS) dengan uji moderasi digunakan karena terdapat variabel moderasi di antara

variabel independen dan dependen. Penelitian ini memiliki empat variabel, yaitu variabel independen (bebas) berupa jenis produk dan lokasi usaha, variabel moderasi berupa *Digital Financial Technology* (DFT), serta variabel dependen (terikat) yaitu Kinerja UMKM.

Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan objek yang menjadi fokus penelitian. Obyek tersebut dapat berupa makhluk hidup, benda, sistem, prosedur, fenomena, dan lain-lain (Kountur, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Kabupaten Bojonegoro pada tahun 2023, yang datanya diperoleh dari portal resmi Pemerintah Kabupaten Bojonegoro. (<https://data.bojonegorokab.go.id/dinas-perdagangan.html@detail=data-umkm>)

Menurut data tersebut, terdapat total 91.390 UMKM di Kabupaten Bojonegoro, yang terdiri dari 81.251 usaha mikro, 9.155 usaha kecil, dan 984 usaha menengah.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan sebagai perwakilan dari populasi setelah melewati tahapan tertentu. Adanya sampel disebabkan karena keterbatasan dari peneliti (waktu, dana, tenaga, maupun faktor lainnya), oleh karena itu sampel yang dipilih harus dapat mewakili populasi (Siyoto & Sodik, 2020).

Pada penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan mengacu pada metode *purposive sampling*. Teknik ini tidak memberikan kesempatan yang sama

kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel, melainkan berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2021). Kriteria sampel penelitian ini adalah UMKM di Kabupaten Bojonegoro pada tahun 2023 yang terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, serta sudah menggunakan teknologi keuangan digital sebagai alat pengelolaan laporan keuangan dan/atau sebagai sarana pembayaran seperti OVO, DOKU, Go-Pay, dan lainnya.

Jumlah sampel dihitung menggunakan teori yang menyarankan minimal 100 sampel untuk penelitian dengan kurang dari 5 variabel, atau minimal 5 kali jumlah item pertanyaan yang digunakan (Hair, 2014). Penelitian ini menggunakan 21 item pertanyaan, sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah 105 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Analisis data dan pengujian model menggunakan Smart PLS. Dalam analisis PLS menggunakan dua sub model yaitu model pengukuran *outer model* yang digunakan untuk uji validitas dan uji reliabilitas dan model pengukuran *inner model* yang digunakan

untuk uji kualitas atau pengujian hipotesis untuk uji prediksi.

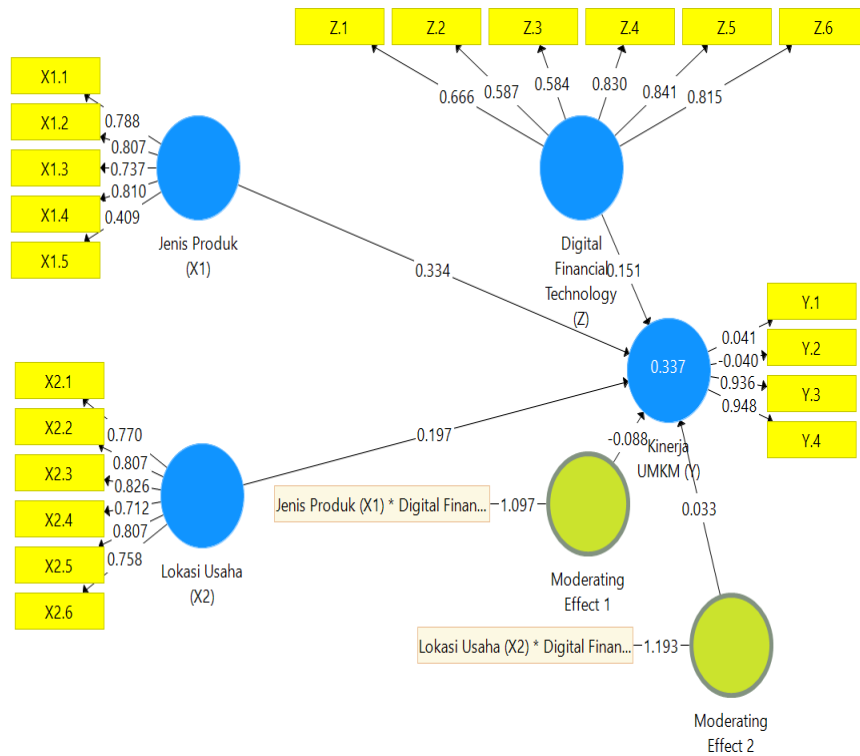
Analisis Model Pengukuran (*outer model*)

Tahapan awal sebelum pengujian model pengukuran adalah membuat estimasi model. Pengujian model pengukuran atau *measurement model* dilakukan untuk menunjukkan hasil uji validitas dan reliabilitas. Evaluasi model pengukuran dengan *convergent validity*, *internal consistency*, dan *discriminant validity*.

Uji Convergent Validity dengan Outer Loading

Menurut Ghazali (2016), Dalam *outer model* terdapat loading faktor. Nilai loading factor menunjukkan seberapa kuat korelasi antara suatu indikator dengan konstruk yang diukur. Indikator yang memiliki nilai loading rendah menandakan bahwa indikator tersebut tidak berfungsi dengan baik dalam model pengukurannya. Nilai loading yang diharapkan adalah di atas 0,7. Sebuah indikator dianggap valid jika memiliki nilai loading factor di atas 0,70. Jika terdapat indikator dengan nilai loading factor di bawah 0,70, indikator tersebut akan dikeluarkan dari model (drop).

Berikut adalah hasil uji *Convergent Validity* dengan *Outer Loading*:



Gambar 4. Hasil *Output Loading Factor*

Sumber: Hasil olah data menggunakan SmartPLS 3.2.0, (2023)

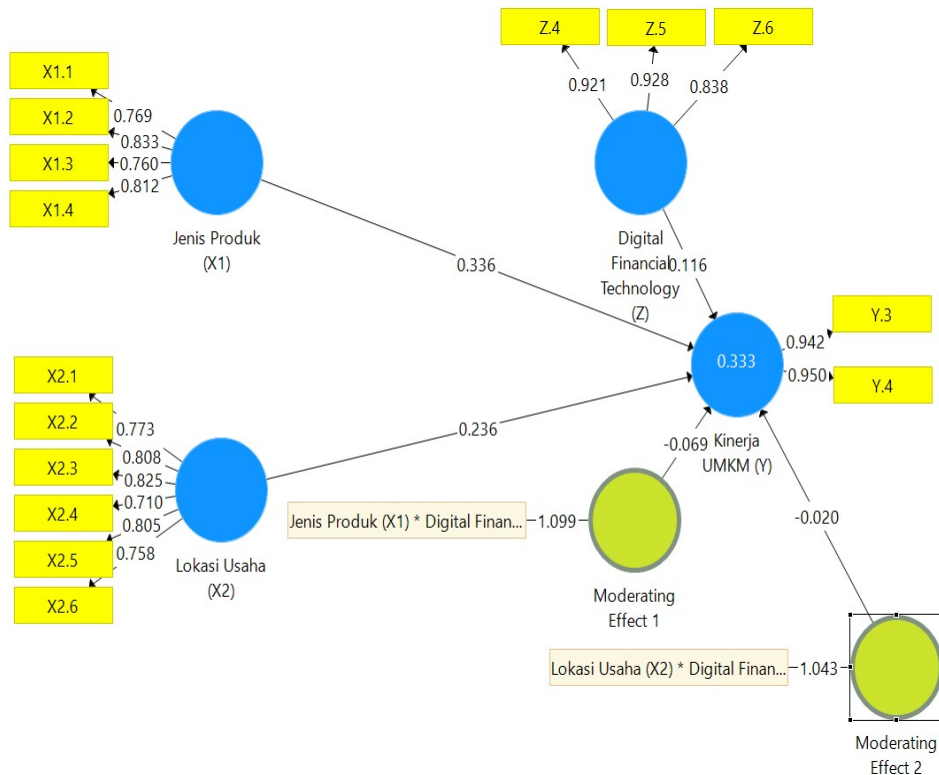
Tabel 1. Hasil Pengujian *Outer Loading*

Variabel	Indikator	Outer Loading	Syarat	Keterangan
Jenis Produk (X ₁)	X1.1	0.788	> 0,7	Valid
	X1.2	0.807	> 0,7	Valid
	X1.3	0.737	> 0,7	Valid
	X1.4	0.810	> 0,7	Valid
	X1.5	0.409	< 0,7	Tidak Valid
Lokasi Usaha (X ₂)	X2.1	0.770	> 0,7	Valid
	X2.2	0.807	> 0,7	Valid
	X2.3	0.826	> 0,7	Valid
	X2.4	0.712	> 0,7	Valid
	X2.5	0.807	> 0,7	Valid
	X2.6	0.758	> 0,7	Valid
Kinerja UMKM (Y)	Y.1	0.041	< 0,7	Tidak Valid
	Y.2	-0.040	< 0,7	Tidak Valid
	Y.3	0.936	> 0,7	Valid
	Y.4	0.948	> 0,7	Valid
Digital Financial Technology (Z)	Z.1	0.666	< 0,7	Tidak Valid
	Z.2	0.587	< 0,7	Tidak Valid
	Z.3	0.584	< 0,7	Tidak Valid
	Z.4	0.830	> 0,7	Valid
	Z.5	0.841	> 0,7	Valid
	Z.6	0.815	> 0,7	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 3.20 (2023)

Berdasarkan hasil analisis tabel 1 di atas, diketahui masih terdapat beberapa indikator yang tidak valid karena nilainya $< 0,7$ yakni X1.5, Y.1, Y.2, Z.1, Z.2 dan Z.3. Maka langkah

selanjutnya dilakukan Pengujian *Outer Loading* kembali tanpa memasukkan indikator yang tidak valid tersebut. Hasil analisis Pengujian *Outer Loading* yang kedua sebagai berikut:



Gambar 5. Hasil *Output Loading Factor* Tahap Kedua
 Sumber: Hasil olah data menggunakan SmartPLS 3.2.0, (2023)

Tabel 2. Hasil Pengujian *Outer Loading* 2

Variabel	Indikator	Outer Loading	Syarat	Keterangan
Jenis Produk (X ₁)	X1.1	0.769	$> 0,7$	Valid
	X1.2	0.833	$> 0,7$	Valid
	X1.3	0.760	$> 0,7$	Valid
	X1.4	0.812	$> 0,7$	Valid
Lokasi Usaha (X ₂)	X2.1	0.773	$> 0,7$	Valid
	X2.2	0.808	$> 0,7$	Valid
	X2.3	0.825	$> 0,7$	Valid
	X2.4	0.710	$> 0,7$	Valid
	X2.5	0.805	$> 0,7$	Valid
	X2.6	0.758	$> 0,7$	Valid
Kinerja UMKM (Y)	Y.3	0.942	$> 0,7$	Valid
	Y.4	0.950	$> 0,7$	Valid

Digital Financial Technology (Z)	Z.4	0.921	> 0,7	Valid
	Z.5	0.928	> 0,7	Valid
	Z.6	0.838	> 0,7	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 3.20 (2023)

Berdasarkan hasil tabel di atas, didapatkan seluruh indikator pernyataan sudah valid. Hal tersebut dikarenakan nilai loading faktor diatas 0,70 (Ghozali, 2016). Selain nilai loading faktor, untuk menganalisa validitas data penelitian dapat menggunakan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Menurut Ghozali dan Latan (2015) Uji validitas konvergen (*convergent validity*) juga dapat dilakukan melalui pemeriksaan nilai AVE (*Average Variance Extracted*) dengan syarat nilai $AVE \geq 0,5$. Nilai

AVE menggambarkan besarnya keragaman variabel manifest yang dapat dimiliki konstruk laten. Variabel manifest sering diartikan sebagai indikator. Nilai AVE bertujuan untuk mengukur tingkat variasi suatu komponen konstruk yang dihimpun dari indikatornya dengan menyesuaikan pada tingkat kesalahan. Hasil pemeriksaan nilai AVE dalam penelitian ini sudah memenuhi syarat nilai $AVE \geq 0,5$ yang dapat di lihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

	Cronbach's Alp...	rho_A	Composite Relia...	Average Variance Extracted (...)
Digital Financial Techno...	0.878	0.905	0.925	0.804
Jenis Produk (X1)	0.805	0.805	0.872	0.630
Kinerja UMKM (Y)	0.882	0.886	0.944	0.895
Lokasi Usaha (X2)	0.873	0.888	0.903	0.610
Moderating Effect 1	1.000	1.000	1.000	1.000
Moderating Effect 2	1.000	1.000	1.000	1.000

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 3.20 (2023)

Tabel 3. di atas, menunjukkan bahwa nilai AVE untuk semua variabel memiliki nilai $AVE > 0,5$, yaitu 0,630 untuk variabel Jenis produk (X1), 0,610 untuk variabel Lokasi usaha (X2), 0,895 untuk variabel Kinerja UMKM (Y), dan 0,804 untuk variabel DFT (Z).

Uji Validitas Diskriminasi

Pengujian *Discriminant Validity* dilakukan guna mengetahui suatu indikator yang digunakan apakah sudah reflektif secara benar dan baik bagi pengukuran konstraknya berdasarkan prinsip bahwa setiap indikator terhadap indikator itu sendiri memiliki nilai yang lebih besar dari pada nilai suatu indikator terhadap indikator yang lain (Ghozali & Latan, 2021).

Tabel 4. Hasil Uji *Discriminant Validity***Discriminant Validity**

	Digital Financial Te...	Jenis Produk...	Kinerja UM...	Lokasi Usah...	Moderating ...	Moderating ...
Digital Financial Tech...	0.896					
Jenis Produk (X1)	0.484	0.794				
Kinerja UMKM (Y)	0.395	0.519	0.946			
Lokasi Usaha (X2)	0.501	0.602	0.483	0.781		
Moderating Effect 1	-0.012	0.150	0.003	0.165	1.000	
Moderating Effect 2	0.121	0.174	0.030	0.063	0.489	1.000

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 3.20 (2023)

Dari Tabel 4. di atas, dapat dilihat bahwa nilai *loading* pada masing-masing konstruk yang dituju lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* dengan konstruk yang lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel variabel Jenis produk (X₁), Lokasi usaha (X₂), Kinerja UMKM (Y), dan DFT (Z) memiliki validitas diskriminan (*discriminant validity*) yang baik

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan

ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk (Ghozali, 2014). Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai $\geq 0,6$ dan $\geq 0,7$ (Siswoyo, 2017). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik atau kuesioner yang digunakan sebagai alat dalam penelitian ini telah andal atau konsisten. Berikut hasil dari nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

Tabel 5. Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Relia...
Digital Financial Technology (Z)	0.878	0.905	0.925
Jenis Produk (X1)	0.805	0.805	0.872
Kinerja UMKM (Y)	0.882	0.886	0.944
Lokasi Usaha (X2)	0.873	0.888	0.903

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 3.20 (2023)

Tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ dan *Composite Reliability* $> 0,7$, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural atau inner model bertujuan untuk memprediksi dan menguji hubungan antar variabel laten dalam sebuah model. Proses ini berfokus pada mengukur kekuatan hubungan antar variabel dan memastikan apakah hubungan yang

dihipotesiskan antara variabel laten dapat didukung secara empiris. Model struktural dievaluasi dengan melihat besarnya *Coefficient of Determination (R-square)* untuk konstruk dependen. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel eksogen

dalam menjelaskan variabel endogen. Nilai R-square 0.75 (kuat), 0.50 (Moderat) dan 0.25 (lemah) kemampuan variabel endogen dalam memprediksi model (Hair, Hult, Ringle & Sarstedt, 2017)

Tabel 6. *Coefficients of Determination*

	R Square	R Square Adjusted
Kinerja UMKM (Y)	0.333	0.300

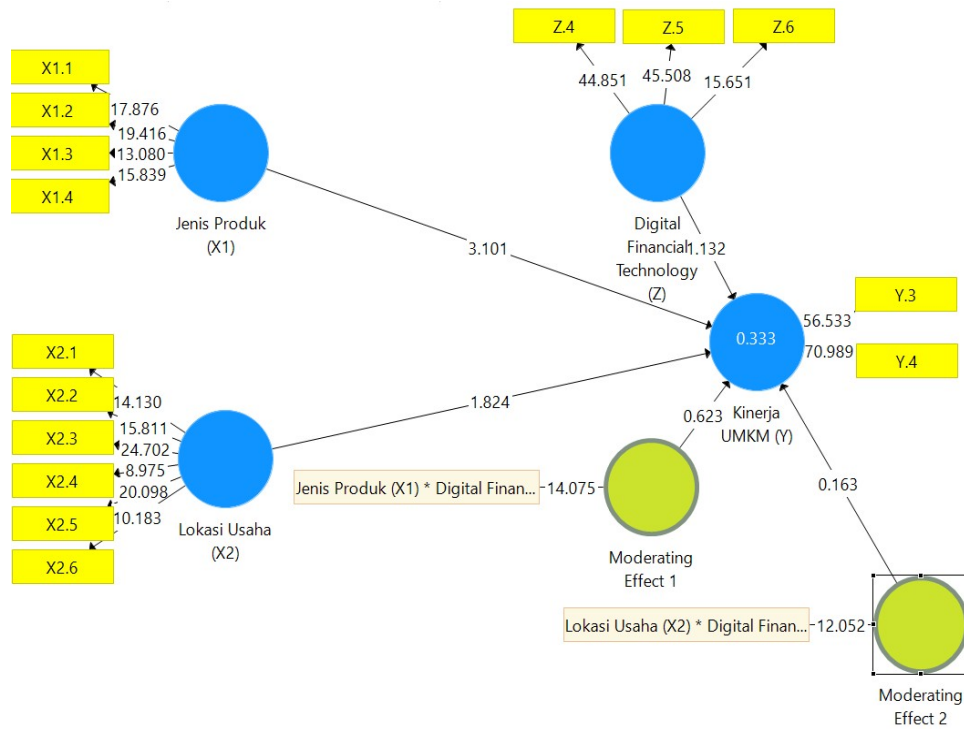
Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 3.20 (2023)

Hasil *Coefficients of Determination* pada tabel 6 menunjukkan nilai R-square dari variabel Kinerja UMKM (0,333). Hasil tersebut menunjukkan kemampuan yang moderat (0.333 dan 0.300) dalam memprediksi model. Dapat dikatakan bahwa pengaruh jenis produk, lokasi produk dan *digital financial technology* terhadap Kinerja UMKM memberikan nilai sebesar 0,333, dapat diinterpretasikan bahwa variabel konstruk Kinerja UMKM yang dapat dijelaskan oleh variabel konstruk jenis produk, lokasi produk dan DFT adalah sebesar 33,3%, sedangkan sisanya

dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pengujian Hipotesis (*Bootstrapping*)

Tahap pengujian hipotesis bertujuan untuk menilai signifikansi total effects yang dapat diketahui melalui tabel t-statistic dan p-values, pengujian tahap ini melalui PLS dalam bootstrapping. Bootstrapping merupakan suatu metode yang berbasis resampling data pada sampel yang digunakan untuk diiterasi (Abdillah & Hartono, 2015). Berikut merupakan hasil analisis bootstrapping dalam penelitian ini:



Gambar 6. Hasil Uji *Bootstrapping*

Sumber: Hasil olah data menggunakan SmartPLS 3.2.0, (2023)

Pengujian signifikansi hipotesis dapat dilihat pada nilai P values dan t-values yang didapatkan melalui metode bootstrapping pada table Path Coefficients dan specific indirect effect. Dengan kriteria nilai signifikansi p value < 0.05 dan nilai signifikansi sebesar 5% path coefficient dinilai signifikan apabila nilai t-statistik >

1.96. Untuk mengetahui pengaruh hubungan, dapat dilihat

melalui koefisien jalur dengan kriteria jika koefisien jalur di bawah 0.30 memberikan pengaruh moderat, dari 0.30 hingga 0.60 kuat, dan lebih dari 0.60 memberikan pengaruh yang sangat kuat.

Tabel dibawah ini menjelaskan tentang hasil uji signifikansi pada setiap hipotesis, sehingga telah diperoleh dari hasil output smart PLS sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean ...	Standard De...	T Statistic...	P Values
Digital Financial Technology (Z) -> Kinerja UMKM (Y)	0.116	0.122	0.102	1.132	0.258
Jenis Produk (X1) -> Kinerja UMKM (Y)	0.336	0.346	0.108	3.101	0.002
Lokasi Usaha (X2) -> Kinerja UMKM (Y)	0.236	0.237	0.129	1.824	0.069
Moderating Effect 1 -> Kinerja UMKM (Y)	-0.069	-0.084	0.110	0.623	0.534
Moderating Effect 2 -> Kinerja UMKM (Y)	-0.020	-0.004	0.122	0.163	0.871

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil analisis pada table 7 di atas, maka diketahui pengaruh langsung (*direct effect*) sebagai berikut:

1. Hipotesis H₁: Jenis produk (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y)
 Pengujian pengaruh antara variabel Jenis produk (X₁) terhadap variabel Kinerja UMKM (Y) memiliki koefisien jalur sebesar 0,336 dengan nilai T- statistic sebesar 3,101 dan P-value sebesar 0,002. Karena nilai T- statistic > 1,96 dan P-value < 0,05, maka terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel Jenis produk (X₁) terhadap Kinerja UMKM (Y). Dengan demikian hipotesis H₁ diterima. Penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel jenis produk terhadap kinerja UMKM. Beberapa penelitian lain mendukung temuan ini, misalnya penelitian oleh Cahyono & Suhada (2016) yang menunjukkan bahwa diferensiasi produk memiliki pengaruh parsial terhadap kinerja UMKM .
2. Hipotesis H₂: Lokasi usaha (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y)
 Pengujian pengaruh antara variabel Lokasi usaha (X₂) terhadap variabel Kinerja UMKM (Y) memiliki koefisien jalur sebesar 0,236 dengan nilai T- statistic sebesar 1,824 dan P-value sebesar 0,069. Karena nilai T- statistic < 1,96 dan P-value > 0,05, maka tidak terdapat pengaruh antara variabel Lokasi usaha (X₂) terhadap Kinerja UMKM (Y). Dengan demikian hipotesis H₂ ditolak. Penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi usaha terhadap kinerja UMKM. Hasil ini bertolak belakang dengan beberapa penelitian lain, seperti penelitian di Tanjung Jabung Barat oleh Pahlepi (2022) yang menemukan bahwa lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.
3. Hipotesis H₃: Terdapat pengaruh Jenis Produk (X₁) terhadap Kinerja UMKM (Y) yang dimoderasi oleh *Digital Financial Technology* (Z)
 Pengujian pengaruh antara variabel Jenis produk (X₁) terhadap variabel kinerja UMKM (Y) yang dimoderasi oleh *Digital Financial Technology* (Z) memiliki koefisien jalur sebesar 0,069 dengan nilai T-statistic sebesar 0,363 dan P-value sebesar 0,534. Karena nilai T-statistic < 1,96 dan P-value > 0,05, maka *Digital Financial Technology* (Z) tidak memoderasi hubungan antara Jenis produk (X₁) dengan Kinerja UMKM. Jadi hipotesis H₃ dalam penelitian ini ditolak. Penelitian menunjukkan bahwa Digital Financial Technology tidak memoderasi pengaruh jenis produk terhadap kinerja UMKM. Koefisien jalur yang rendah dan nilai T-statistic yang tidak signifikan mendukung penolakan ini.
4. Hipotesis H₄: Terdapat pengaruh Lokasi Usaha (X₂) terhadap Kinerja UMKM (Y) yang dimoderasi *Digital Financial Technology* (Z)
 Pengujian pengaruh antara variabel lokasi usaha (X₂) terhadap variabel kinerja UMKM (Y) yang dimoderasi oleh DFT (Z) memiliki koefisien jalur sebesar 0,020 dengan nilai T-statistic sebesar 0,163 dan P-value sebesar 0,871. Karena nilai T-statistic < 1,96 dan P-value > 0,05, maka DFT (Z) tidak memoderasi hubungan antara lokasi usaha (X₂) dengan Kinerja UMKM. Dengan demikian hipotesis H₄ dalam penelitian ini juga ditolak. Penelitian menunjukkan bahwa Digital Financial Technology tidak

memoderasi hubungan antara lokasi usaha dan kinerja UMKM. Nilai T-statistic yang rendah dan P-value yang tinggi mendukung penolakan ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Jenis produk (X_1) terhadap Kinerja UMKM

Inovasi produk merupakan kunci keberhasilan UMKM dalam mempertahankan daya saing di pasar. Eka Putri (2020) menemukan bahwa produk yang unik dan inovatif cenderung lebih menarik bagi konsumen dan dapat meningkatkan penjualan. Inovasi produk tidak hanya melibatkan pengembangan produk baru tetapi juga perbaikan pada produk yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berubah. Kemampuan UMKM untuk berinovasi sering kali ditentukan oleh seberapa baik mereka dapat mengakses informasi dan sumber daya yang mendukung proses inovasi tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel Jenis produk terhadap Kinerja UMKM. Dari hasil penelitian yang ditemukan, terdapat beberapa informasi mengenai pengaruh jenis produk terhadap kinerja UMKM. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, inovasi produk, dan diferensiasi produk memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM. Sebagai contoh, penelitian menemukan bahwa diferensiasi produk memiliki pengaruh parsial terhadap kinerja UMKM (Cahyono & Suhada, 2016). Selanjutnya, faktor inovasi produk juga diketahui memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM, di mana tingkat inovasi produk yang tinggi dapat

meningkatkan kinerja UMKM. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa jenis produk, terutama kualitas, inovasi, dan diferensiasi produk, mempengaruhi kinerja UMKM.

2. Pengaruh Lokasi usaha (X_2) terhadap Kinerja UMKM (Y)

Lokasi merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kinerja UMKM. Penelitian oleh Nurul Huda (2021) menunjukkan bahwa lokasi strategis dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi UMKM melalui akses yang lebih baik ke pasar dan sumber daya. Lokasi yang dekat dengan pusat kegiatan ekonomi memungkinkan UMKM untuk lebih mudah menjangkau konsumen, memperoleh bahan baku dengan lebih cepat, dan memanfaatkan infrastruktur yang tersedia. Hal ini mendukung temuan dari studi lain yang menegaskan bahwa lokasi yang strategis berkontribusi positif terhadap efisiensi operasional dan kinerja finansial UMKM.

Hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat pengaruh antara variabel Lokasi usaha terhadap Kinerja UMKM. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Penelitian pertama yang dilakukan di Tanjung Jabung Barat menguji pengaruh modal dan lokasi terhadap UMKM, menyimpulkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Pahlepi, 2022). Penelitian kedua yang dilakukan di Pasar Seni Sukawati berfokus pada pengaruh lokasi usaha, lama usaha, dan tingkat penjualan terhadap profitabilitas UMKM, menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara simultan mempengaruhi profitabilitas UMKM (Dianasari et al., 2023).

Ketidakterpengaruhannya variabel Lokasi usaha terhadap Kinerja UMKM bisa disebabkan oleh beberapa faktor. Beberapa kemungkinan penyebab termasuk:

- a. Kondisi Pasar yang Sama: Jika semua UMKM dalam studi berlokasi di daerah yang memiliki karakteristik pasar yang sama, maka variabel lokasi mungkin tidak dapat membedakan kinerja karena semua bisnis beroperasi dalam kondisi yang serupa.
- b. Manajemen dan Strategi Bisnis: Mungkin manajemen dan strategi bisnis memiliki peran yang lebih besar dalam menentukan kinerja UMKM daripada lokasi fisiknya. Misalnya, keputusan manajemen, keunggulan operasional, dan strategi pemasaran bisa jauh lebih berpengaruh terhadap kinerja bisnis dibandingkan dengan faktor lokasi.
- c. Perubahan Lingkungan Bisnis: Lingkungan bisnis yang cepat berubah dapat membuat faktor-faktor lain, seperti adaptabilitas dan inovasi, lebih penting daripada lokasi. UMKM yang dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar atau teknologi mungkin akan lebih berhasil, bahkan jika lokasi bisnis mereka tidak optimal.
- d. Variabilitas dalam Data: Variabilitas atau keragaman yang tinggi dalam data bisa membuat sulit untuk menentukan hubungan yang konsisten antara lokasi dan kinerja. Terkadang, faktor-faktor lain yang tidak diukur dalam penelitian dapat mempengaruhi hasil.

Faktor Eksternal: Pengaruh eksternal, seperti perubahan regulasi atau perubahan kondisi ekonomi, juga dapat menjadi faktor yang

memengaruhi kinerja UMKM, terlepas dari lokasi bisnis.

3. Pengaruh Jenis Produk (X_1) terhadap Kinerja UMKM (Y) yang Dimoderasi *Digital Financial Technology* (Z)

Kinerja UMKM dapat diukur melalui berbagai indikator seperti pendapatan, pertumbuhan, dan kemampuan untuk bertahan di pasar. Wuryani (2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan dan literasi digital berperan penting dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Literasi keuangan membantu UMKM dalam mengelola sumber daya keuangan dengan lebih efisien, sementara literasi digital memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan teknologi dalam operasional sehari-hari. Kombinasi dari keduanya dapat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan efisiensi dan efektivitas bisnis UMKM.

Teknologi keuangan digital atau *fintech* memiliki peran krusial dalam meningkatkan inklusi keuangan dan efisiensi operasional UMKM. Rina Puspitasari (2021) menegaskan bahwa *fintech* membantu UMKM dalam berbagai hal, seperti mempermudah transaksi pembayaran, menyediakan akses cepat dan mudah ke pembiayaan, serta membantu dalam manajemen keuangan. Studi kasus oleh Ahmad Maulana (2022) menunjukkan bahwa implementasi *fintech* di UMKM Jakarta telah berhasil meningkatkan efisiensi proses pembayaran dan manajemen keuangan. Namun, tantangan dalam adopsi *fintech* termasuk literasi digital yang rendah, kekhawatiran tentang keamanan data, dan biaya implementasi yang tinggi perlu diatasi agar UMKM dapat

memanfaatkan teknologi ini secara maksimal.

Hasil penelitian menunjukkan *Digital Financial Technology* tidak memoderasi hubungan antara Jenis produk dengan Kinerja UMKM. Dari hasil penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian telah mengeksplorasi hubungan antara teknologi keuangan digital (*fintech*) dan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Studi-studi ini memberikan wawasan mengenai peran moderasi *fintech* dalam hubungan antara jenis produk dan kinerja UMKM. Sebuah studi yang dilakukan di Kota Medan menemukan bahwa teknologi finansial yang diwakili oleh pembayaran non-tunai mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap inklusi keuangan dan kinerja UMKM (Yunita Leatemia et al., 2023). Penelitian lain yang menguji pengaruh *financial technology* terhadap kinerja UMKM di Kota Bengkulu menunjukkan bahwa *financial technology* mempunyai dampak yang signifikan terhadap kinerja UMKM sehingga berdampak pada peningkatan keuntungan, basis pelanggan, penjualan, dan asset (Safrianti et al., 2022).

Temuan-temuan ini secara kolektif menunjukkan bahwa *fintech* memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja UMKM, dan jenis produk yang ditawarkan oleh UMKM mungkin memiliki dampak yang berbeda-beda terhadap kinerja mereka, yang dapat dimoderasi dengan adopsi *fintech*.

Beberapa kemungkinan *Digital Financial Technology* tidak memoderasi hubungan antara Jenis produk dengan Kinerja UMKM melibatkan aspek-aspek berikut:

- a. Tidak Ada Pengaruh yang Signifikan dari *Fintech*: Mungkin saja *fintech* yang digunakan oleh UMKM tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap jenis produk yang dihasilkan atau dijual oleh mereka. *Fintech* mungkin lebih berperan dalam aspek-aspek lain dari operasional UMKM, seperti manajemen keuangan atau akses ke pembiayaan.
- b. Fokus *Fintech* pada Aspek Lain: *Fintech* mungkin lebih berfokus pada aspek-aspek lain dari bisnis UMKM, seperti proses pembayaran, pembiayaan, atau manajemen risiko. Dalam hal ini, *fintech* mungkin tidak secara langsung mempengaruhi hubungan antara jenis produk dan kinerja UMKM.
- c. Variabilitas dalam Penggunaan *Fintech*: UMKM yang menggunakan *fintech* mungkin memiliki variasi dalam sejauh mana mereka mengintegrasikan teknologi tersebut dalam operasional mereka. Jika penggunaan *fintech* tidak seragam di seluruh UMKM, maka dampaknya terhadap hubungan antara jenis produk dan kinerja UMKM mungkin tidak konsisten.

Faktor Eksternal: Faktor-faktor eksternal seperti regulasi, kondisi pasar, dan perubahan tren konsumen juga dapat memainkan peran dalam mengapa *fintech* tidak memoderasi hubungan tersebut. Misalnya, perubahan kebijakan pemerintah atau preferensi konsumen yang berubah dapat memberikan pengaruh yang lebih besar.

Karakteristik Industri atau Sektor: Faktor-faktor yang terkait dengan karakteristik industri atau sektor tertentu mungkin membuat *fintech*

memiliki pengaruh yang lebih rendah terhadap hubungan antara jenis produk dan kinerja UMKM.

4. Pengaruh Lokasi Usaha (X_2) terhadap Kinerja UMKM (Y) yang Dimoderasi *Digital Financial Technology* (Z)

Hasil penelitian menunjukkan *Digital Financial Technology* tidak memoderasi hubungan antara lokasi usaha dengan Kinerja UMKM. Dari hasil penelitian ini terdapat perbedaan dengan beberapa penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian telah mengeksplorasi hubungan antara teknologi keuangan digital (*fintech*) dan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Studi-studi ini memberikan wawasan mengenai peran moderasi *fintech* dalam hubungan antara lokasi bisnis dan kinerja UMKM. Penelitian yang menguji pengaruh *financial technology* terhadap kinerja UMKM di Kota Bengkulu menunjukkan bahwa *financial technology* mempunyai dampak yang signifikan terhadap kinerja UMKM sehingga berdampak pada peningkatan keuntungan, basis pelanggan, penjualan, dan aset (Budi & Indah Fitriana, 2022).

Alasan mengapa Teknologi Keuangan Digital (*fintech*) tidak memoderasi hubungan antara lokasi usaha dan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat disebabkan oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan sifat dan dinamika penggunaan *fintech* dalam suatu konteks bisnis. Berikut beberapa kemungkinan alasan:

a. Ketergantungan pada Faktor Lokal: Pengaruh lokasi usaha mungkin lebih terkait dengan faktor-faktor lokal atau geografis yang tidak secara langsung dipengaruhi oleh adopsi *fintech*.

Misalnya, aksesibilitas pasar, populasi lokal, atau faktor-faktor geografis tertentu mungkin lebih menentukan kinerja UMKM daripada penggunaan *fintech*.

b. Tingkat Adopsi *Fintech* yang Rendah: Jika UMKM di lokasi tertentu memiliki tingkat adopsi *fintech* yang rendah, maka *fintech* mungkin tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap hubungan antara lokasi usaha dan kinerja UMKM di wilayah tersebut. Faktor ini bisa terkait dengan tingkat kesadaran, ketersediaan infrastruktur teknologi, atau preferensi bisnis lokal.

c. Jenis Bisnis dan Karakteristik Pelanggan: Jenis bisnis UMKM dan karakteristik pelanggan mereka dapat memainkan peran penting. Jika jenis produk atau layanan yang ditawarkan UMKM tidak secara langsung terkait dengan teknologi keuangan digital, maka *fintech* mungkin tidak memoderasi hubungan tersebut. keempat, Tidak Cocoknya Solusi *Fintech* dengan Kebutuhan Lokal: Solusi *fintech* yang tersedia mungkin tidak sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan atau model bisnis UMKM di lokasi tertentu. *Fintech* yang tidak memenuhi kebutuhan spesifik bisnis atau tidak menawarkan solusi yang relevan mungkin tidak memiliki pengaruh moderasi.

Faktor Eksternal dan Lingkungan Bisnis: Faktor eksternal seperti regulasi, kondisi pasar lokal, dan kompetisi bisnis dapat menjadi lebih signifikan dalam memengaruhi kinerja UMKM daripada *fintech*. *Fintech* mungkin tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam mengatasi faktor-faktor ini.

Kemampuan dan kesiapan UMKM dalam mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi keuangan digital juga dapat memainkan peran. Jika UMKM di suatu lokasi kurang mampu atau tidak bersedia mengadopsi *fintech*, maka *fintech* mungkin tidak memoderasi hubungan tersebut.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Digital Financial Technology* dalam memoderasi pengaruh dan jenis produk dan lokasi usaha terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan rumusan masalah yang terjadi dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel Jenis produk terhadap Kinerja UMKM.
2. Tidak terdapat pengaruh antara variabel Lokasi usaha terhadap Kinerja UMKM.
3. *Digital Financial Technology* tidak memoderasi hubungan antara Jenis produk dengan Kinerja UMKM.
4. *Digital Financial Technology* tidak memoderasi hubungan antara lokasi usaha dengan Kinerja UMKM.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh jenis produk dan lokasi usaha terhadap kinerja UMKM yang dimoderasi oleh *Digital Financial Technology*, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Optimalisasi Jenis Produk untuk Meningkatkan Daya Saing, karena itu UMKM sebaiknya terus berinovasi dan fokus pada pengembangan produk dengan nilai tambah untuk menarik pelanggan. Dukungan *Digital Financial Technology* dapat

digunakan untuk memahami tren pasar dan mempercepat siklus pengembangan produk.

2. Analisis mendalam mengenai lokasi usaha perlu dilakukan, dengan mempertimbangkan aksesibilitas, demografi pelanggan, dan potensi pasar. *Platform fintech* dapat memberikan data geografis yang berguna untuk pemilihan lokasi yang optimal.
3. UMKM sebaiknya mempertimbangkan integrasi solusi *fintech* untuk memperkuat strategi bisnis untuk menaikkan *margin* mereka. Pemanfaatan *fintech* dalam manajemen keuangan, pemasaran digital, dan analisis data dapat meningkatkan efisiensi operasional dan efektivitas strategi pemasaran.
4. Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM terkait penggunaan teknologi finansial digital. Peningkatan literasi digital dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan *fintech* secara optimal untuk keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Maulana. (2022). *Studi Kasus: Implementasi Fintech dalam Mendukung Kinerja UMKM di Jakarta*. Jurnal Teknologi Informasi dan Manajemen.
- Alma, B. (2021). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1>

- Budi, A., & Indah Fitriana, A. (2022). DIGITAL MARKETING SEBAGAI VARIABEL PREDIKTOR DEVELOPMENT OF SMEs WITH FINANCIAL TECHNOLOGY AND DIGITAL MARKETING AS PREDICTOR VARIABLES. In *DIGIBIS: Digital Business Journal* (Vol. 1, Issue 1). <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/digibis>
- Cahyono, K., & Suhada, B. (2016). Pengaruh Pemberian Kredit, Kemampuan Manajerial Dan Diferensiasi Produk Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Metro. *DERIVATIF*, 10. <https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/76/53>
- Dianasari, K. D., Nyoman, I., Yasa, P., Ekonomi, J., & Akuntansi, D. (2023). Pengaruh Lokasi Usaha, Lama Usaha, Dan Tingkat Penjualan Terhadap Profitabilitas UMKM Pasca Revitalisasi Di Pasar Seni Sukawati. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha* (Vol. 14, Issue 02). <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/download/52084/26368>
- Dinar, T. (2020). *Fintech Syariah Teori dan Terapan*. Skopindo Media Pustaka. Elitan, L., & Anatan, L. (2019). *Manajemen Inovasi Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*. Alfabeta.
- Eka Putri. (2020). *Inovasi Produk dan Dampaknya Terhadap Daya Saing UMKM*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Fatmawati, N. (2023). *Implementation of The Approach Measurement of Inclusive Financial Indexin The Five Best Sharia Banks in Indonesia*. <http://jurnalppm.iainkediri.ac.id/index.php/realita/article/view/157/156>
- Fattah, N. (2019). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Bina Aksara.
- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginantra, N. L. W. S. R., Janner Simarmata, Ramen A. Purba, Moch Yusuf Tojiri, Amin Ama Duwila, Muhammad Noor Hasan Siregari, Lora Ekana Nainggolan, Elisabeth Lenny Marit, Acai Sudirman, & Indra Siswanto. (2020). *Teknologi Finansial, Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Hair, et al. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Prentice Hall.
- Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen, Dasar, Pengertian, dan Masalah Edisi Revisi*. PT. Bumi Aksara.
- Hermawan, A. (2017). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Hidayat, A., & Machali, I. (2019). *Pengelolaan Pendidikan*. Kaukaba.Jumingan. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis*. Bumi Aksara.
- Kasmir. (2021). *Kewirausahaan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Dasar-dasar Pemasaran*. Indeks.
- Kountur, R. (2019). *Metode Penelitian untuk penulisan Skripsi dan Tesis*. Penerbit PPM.
- Kurniawan, A. R. (2019). *Total Marketing*. 2019.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Mahmud, M. dkk. (2019). *Kewirausahaan Suatu Pendekatan Kontemporer*. UUP AMP YKPN.

- Munizu, M. (2010). *Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan*.
<https://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/17987>
- Musrofi, M. (2018). *Membuat Rencana Usaha*. Pustaka Insan Madani.
- Musyaffi, M. A., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2021). *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS*. Pascal Books.
- Newman, W. H. (2019). *Administrative Action*. Englewood Cliffs.
- Ningsih, D. R. (2020). *Peran Financial Technology (Fintech) Dalam Membantu Perkembangan Wirausaha UMKM*.
<https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Prosidingspp/article/view/3813>
- Nurul Huda. (2021). *Analisis Pengaruh Lokasi Terhadap Kinerja UMKM di Kota Bandung*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.
- Pahlepi, M. R. (2022). *Pengaruh Modal Dan Lokasi Terhadap Usaha Kecil Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Pada Agen Pulsa Prabayar Di Kabupaten Tanjung Jabung Barat*. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 11(02).
<https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/download/17964/13571/53366>
- Pandji, A. (2017). *Psikologi Kerja*. PT. Rineka Cipta.
- Priansa, D. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Alfabeta.
- Rahardjo, B., Ikhwan, K., & Siharis, A. K. (2019). *Pengaruh Financial Technology (Fintech) terhadap Perkembangan UMKM di Kota Magelang*.
<https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/semnasfe/article/view/2093>
- Rina Puspitasari. (2021). *Peran Fintech dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif pada UMKM di Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Bisnis.
- Rivai, V. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik*. Raja Grafindo Persada.
- Safrianti, S., Puspita, V., Shinta, S. D., & Afriyeni, A. (2022). *Tingkat financial technology terhadap peningkatan kinerja UMKM dengan variabel intervening inklusi keuangan pada pelaku UMKM Kota Bengkulu*. *MBR (Management and Business Review)*, 6(2), 212–227.
<https://doi.org/10.21067/mbr.v6i2.7538>
- Sijabat, Y. P., D. M. Hutaluju, & P. Sihombing. (2019). *Determinasi Technology Acceptance Model terhadap Niat Penggunaan Fintech sebagai Alat Pembayaran*. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers Di Fakultas Ekonomi Universitas Tidar*.
<https://www.semanticscholar.org/paper/DETERMINASI-TECHNOLOGY-ACCEPTANCE-MODEL-TERHADAP-Sijabat-Hutajulu/6516beebfcfeebe58f11a49c07ebb25ad42ce3a3>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2020). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Buku Seru.
- Swastha, B. (2017). *Azas-azas*

- Marketing*. Liberty.
- Terry, G. R. (2019). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. PT Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Andi.
- Tripalupi, R. I. (2019). *Pengelolaan Dokumen Elektronik Layanan Jasa Keuangan Berbasis Financial Technology (Fintech)*. UIN Sunan Gunung Djati.
- Wahjosumidjo. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia Berdasarkan Kompetensi*. Pustaka Utama Grafiti.
- Wahyudiati, D. (2017). *Pengaruh Aspek Keuangan dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kasongan The Effect of Financial Aspect and Human Resource Competence on UMKM Performance in Kasongan Village*.
<https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/profita/article/view/13761/13264>
- Wuryani. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM di Era Digital*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan.
- Yunita Leatemia, S., Febiengry Sitanala, T., Anita Batkunde, A., & Christi Gainau, P. (2023). Pengaruh Financial Technology Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 280.
<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i1.3778>.