

# PENGARUH MODAL, *FINANCIAL KNOWLEDGE*, TEKNOLOGI DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA UMKM *FASHION* DI BEKASI UTARA

Ahmad Ferdiansyah<sup>1</sup>, Eri Bukhari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jl. Raya Perjuangan Bekasi Utara, Kota Bekasi, 17121

E-mail: [ahmadferdiansyah16@gmail.com](mailto:ahmadferdiansyah16@gmail.com)<sup>1</sup>, [eri\\_bukhari@yahoo.com](mailto:eri_bukhari@yahoo.com)<sup>2</sup>

Penulis untuk Korespondensi/E-mail: [eri\\_bukhari@yahoo.com](mailto:eri_bukhari@yahoo.com)

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial terhadap kinerja UMKM *fashion* di Bekasi Utara. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan jumlah sampel penelitian sebesar 45 responden yang merupakan pemilik UMKM *fashion* di Bekasi Utara. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS 26 for windows. Hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial diperoleh hasil bahwa variabel modal berpengaruh terhadap kinerja UMKM, *financial knowledge* berpengaruh terhadap kinerja UMKM, teknologi berpengaruh terhadap kinerja UMKM, dan media sosial berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Sedangkan secara simultan juga menginformasikan hasil yang positif bahwa modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

**Kata Kunci** : Modal, *Financial Knowledge*, Teknologi, Media Sosial, Kinerja UMKM

## Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of capital, financial knowledge, technology and social media on the performance of fashion MSMEs in North Bekasi. The research method used is descriptive quantitative, with a total sample of 45 respondents who are owners of fashion MSMEs in North Bekasi. Data analysis was performed using SPSS 26 for windows. The results of the study state that partially the results show that the variable capital affects the performance of MSMEs, financial knowledge has an effect on the performance of MSMEs, technology has an effect on the performance of MSMEs, and social media has an effect on the performance of MSMEs. Meanwhile, simultaneously it also informs positive results that capital, financial knowledge, technology and social media together have an effect on the performance of MSMEs.

**Keywords:** Capital, Financial Knowledge, Technology, Social Media, MSME Performance.

## I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Salah satu kontribusi dari UMKM, diantaranya adalah terciptanya investasi nasional, peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, penyerapan tenaga kerja, dan penciptaan devisa nasional. Pada tahun 2018 jumlah UMKM di

Indonesia tercatat sebanyak 64 juta unit, terbagi atas usaha mikro, kecil dan menengah. UMKM menyumbang sebesar 61% dari total seluruh produk domestik bruto Indonesia. Selain itu, UMKM juga menyerap tenaga kerja yang tidak sedikit, sebanyak 97% dari total tenaga kerja (Depkop, 2018).

Ekonomi Kreatif (Ekraf) merupakan salah satu sektor yang diandalkan dapat menjadi salah satu kekuatan ekonomi nasional yang baru dan

berkelanjutan, serta mengedepankan nilai tambah barang melalui pemikiran dan kreativitas manusia. Tiga subsektor ekraf yang berkembang pesat dan menjadi primadona, yaitu kuliner (67,66%), *fashion* (15,01%), dan kerajinan (14,56%) (Bps.go.id, 2018). Industri *fashion* dikelompokkan dalam menjadi industri kreatif yang berkaitan dengan produksi pakaian, model serta aksesoris pakaian. Selain itu, konsultasi model serta jasa pendistribusian produk *fashion* juga termasuk dalam bidang ini. Tren *fashion* pada saat ini telah merambah ke berbagai bidang, mulai dari busana muslim, sepatu, tas, seragam kantor, pakaian dewasa, remaja dan anak-anak.

Industri *fashion* diposisikan sebagai salah satu unggulan yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat dan menyerap tenaga kerja di Kota Bekasi. Pertumbuhan produksi tahunan subsektor industri di berbagai wilayah Bekasi sangat bervariasi setiap tahunnya sesuai yang tertera pada tabel berikut

Tabel 1. Pertumbuhan Produksi Tahunan Sektor UMKM di Kota Bekasi 2015-2019

Sub Sektor	2015	2016	2017	2018	2019
Kuliner	4,81	4,52	5,10	5,27	5,58
Fesyen	6,75	5,39	4,79	4,19	4,96

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bekasi, 2020

Terjadi penurunan produksi pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 pada sub-sektor *fashion*, hal ini dapat mengakibatkan menurunnya kinerja usaha yang dapat mengakibatkan kebangkrutan apabila tidak dicari solusi atas permasalahan tersebut. Produktivitas yang rendah dapat menjadi penghambat bagi pengembangan UMKM dan realisasi skala ekonomi.

Penelitian ini dilakukan di kecamatan Bekasi Utara, dimana daerah ini berada di pusat kota Bekasi yang membuat daerah ini diminati oleh para pelaku usaha untuk membuka bisnis disini. Banyaknya kegiatan kewirausahaan melalui usaha mikro kecil dan menengah diharapkan mampu mengantisipasi naiknya angka pengangguran, untuk mencapai harapan itu, diperlukan peningkatan pemberdayaan UMKM agar dapat mendorong perekonomian daerah, membuka lapangan kerja dan mengurangi angka pengangguran.

Dalam mewujudkan peningkatan dan pengembangan kinerja usaha, modal atau pembiayaan merupakan faktor yang sangat penting untuk setiap usaha baik skala kecil, menengah maupun besar. Modal diartikan sebagai dana yang digunakan untuk menghasilkan barang lebih lanjut. Untuk menjalankan segala aktivitas perusahaan pasti membutuhkan dana (modal) baik dana pribadi (*equity*) atau pinjaman (*loan*) (Nizar, 2018). Selain itu, demi meningkatkan kinerja usaha diperlukan pembentukan upaya-upaya strategis seperti memperkaya wawasan pengetahuan pelaku UMKM tentang pengelolaan keuangan dan akuntabilitas. Pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) adalah jenis modal tertentu yang diperoleh dalam hidup dengan mempelajari kemampuan mengelola pendapatan, pengeluaran, dan tabungan dengan cara yang aman (Sari, 2019).

Faktor-faktor lain yang mempengaruhi kinerja UMKM adalah teknologi dan media sosial. Teknologi adalah alat yang digunakan untuk meningkatkan produktivitas bisnis (Utari & Dewi, 2014). Peranan teknologi tersebut akan mempermudah para tenaga kerja untuk menghasilkan barang dan akan meningkatkan produktivitas dan sebagai implementasi dalam mengatasi permasalahan tersebut, para pelaku UMKM mulai mengadopsi penggunaan media sosial untuk menunjang kinerja usahanya sehingga peningkatan penjualan dapat tercapai dengan maksimal. diantaranya; (i) Media sosial menawarkan manfaat bagi UMKM untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan membantu pengambilan keputusan bisnis; (ii) Media sosial merupakan salah satu alat yang mempermudah komunikasi interaktif antara pelaku ekonomi seperti konsumen dan produsen; (iii) Media sosial sangat membantu sebagai penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen dimanapun berada dan berapapun jaraknya (Aryo, 2019).

Berdasarkan identifikasi permasalahan diatas, penulis tertarik dan bermaksud untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul "Pengaruh Modal, *Financial Knowledge*, Teknologi dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM *Fashion* di Bekasi Utara.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Kinerja

Rue dan Byars (1997) dalam Subagyo, (2020) mendefinisikan kinerja sebagai tingkat pencapaian hasil atau tingkat pencapaian tujuan organisasi. Pendapat yang sama dikemukakan oleh Fahmi (2010) dalam Subagyo, (2020) kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi, baik organisasi tersebut bersifat *profit oriented* maupun *non profit oriented* yang dihasilkan selama satu periode waktu. Moeherton (2012) dalam Subagyo, (2020) berpendapat bahwa kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi baik secara kuantitatif maupun kualitatif, sesuai dengan wewenang dan tugas tanggungjawab masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika.

Menurut Iko Putri Yanti, (2019) pengukuran kinerja dapat dilakukan dengan beberapa indikator antara lain:

1. Pertumbuhan usaha;
2. Total pendapatan usaha;
3. Total order;
4. Posisi kas usaha.

### Modal

Menurut Wulan, (2020) modal adalah sekumpulan uang atau barang yang digunakan sebagai dasar untuk melaksanakan suatu pekerjaan. Dalam bahasa Inggris modal disebut dengan *capital*, yaitu barang yang dihasilkan oleh alam atau manusia untuk membantu memproduksi barang lainnya, yang dibutuhkan manusia dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Modal merupakan faktor yang memegang peranan penting dalam proses produksi, karena ketika seorang pengusaha ingin mendirikan perusahaan baru atau mengembangkan usaha yang sudah ada maka diperlukan modal, jika tidak adanya modal yang cukup akan mempengaruhi kelancaran kemajuan usaha sehingga mempengaruhi pendapatan yang diperoleh (Istinganah & Widiyanto, 2020). Modal merupakan hal yang sangat vital dalam sebuah bisnis atau perusahaan. Tanpa modal bisnis tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya. Mulai dari bisnis yang besar maupun bisnis yang kecil, pasti membutuhkan modal untuk menjalankan bisnisnya (Wulan, 2020).

Menurut (Putri et al., 2014) ada beberapa indikator yang perlu diperhatikan dalam cara memperoleh modal, yaitu:

1. Struktur permodalan: modal sendiri dan modal pinjaman;
2. Pemanfaatan modal tambahan;
3. Hambatan dalam mengakses modal eksternal;
4. Keadaan usaha setelah menanamkan modal.

### Financial Knowledge

Menurut Herleni & Tasman, (2019), *financial knowledge* adalah penguasaan seseorang terhadap hal-hal yang berkaitan dengan dunia keuangan. *Financial knowledge* adalah kemampuan untuk memahami konsep manajemen keuangan. Menurut Durband, Law & Mazzolini, (2018) *financial knowledge* mengacu pada pemahaman dasar tentang konsep dan prosedur keuangan serta penggunaan pengetahuan tersebut untuk menyelesaikan masalah keuangan. Jika manajemen tidak memiliki kemampuan atau pengetahuan dalam menggunakan, mengalokasikan dan mengelola sumber daya keuangan secara efektif dan efisien maka bisnis akan bangkrut. Demikian pandangan Widayanti et al., (2017) pengelolaan keuangan yang tidak efektif akan berdampak pada krisis keuangan, sehingga dapat dikatakan bahwa UMKM yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik dapat mencapai tujuan perusahaannya, memiliki arah pengembangan usaha dan mampu bertahan dalam kondisi ekonomi yang sulit.

Menurut Chen & Volpe, (1998) beberapa indikator yang termasuk ke dalam *financial knowledge* adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan umum keuangan;
2. Tabungan dan pinjaman
3. Asuransi
4. Investasi

### Teknologi

Talukder et al., (2008) berpendapat bahwa peningkatan kinerja organisasi sangat dipengaruhi oleh teknologi. Perkembangan teknologi yang pesat telah memaksa banyak organisasi dan perusahaan untuk mengevaluasi kembali praktik yang ada dan mempertimbangkan untuk mengadopsi metode baru bagi pelanggan dan mitra bisnis (Oh et al., 2009). Ketersedianya teknologi dalam suatu organisasi tentunya akan meningkatkan pelayanan (Prabawa & Rizan, 2015). Teknologi merupakan suatu cara atau metode dalam mengolah sesuatu untuk mencapai efisiensi waktu dan biaya sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih berkualitas

(Marti'ah, 2017). Teknologi memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan produktivitas usaha kecil.

Beberapa indikator pada variabel teknologi menurut (Chandra, 2016) adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan produksi yang diharapkan;
2. Manfaat strategis;
3. Menyeimbangkan pekerjaan;
4. Posisi biaya relatif;
5. Posisi diferensiasi.

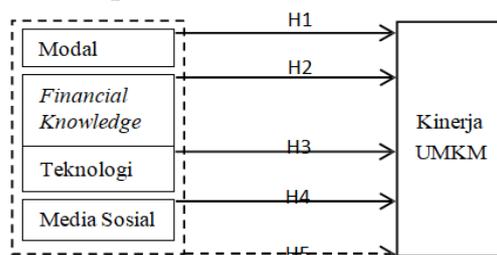
### Media Sosial

Media sosial diartikan sebagai sarana yang dapat digunakan dalam berbagi hal baik berupa teks, gambar dan video, baik berbagi antar individu atau dengan instansi (Rozieqy & Rois Arifin, 2018). Keberadaan media sosial merupakan media pemasaran yang paling mudah dan murah yang dapat dilakukan suatu perusahaan. Bagi para pebisnis selain sebagai sarana pemasaran yang interaktif juga dapat menjadi media promosi yang handal melalui website/blog yang menampilkan profil perusahaan, untuk menjalin komunikasi dengan layanan konsumen dan menjadikannya sebagai alat perdagangan online (Akhmad, 2015). Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran akan sangat membantu perusahaan dalam mengurangi biaya pemasaran dibandingkan ketika perusahaan menggunakan saluran pemasaran tradisional seperti reklame maupun iklan di media elektronik (Aziz et al., 2018). Dibandingkan dengan pemasaran secara tradisional, media sosial tidak hanya menekan biaya promosi, tetapi juga memiliki jangkauan yang lebih luas dan lebih mudah diakses saat mempromosikan produk (Ahmed & Zahid, 2014).

Dalam jurnal yang ditulis oleh Ekasari, (2014), indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. *Relationship*;
2. Komunikasi;
3. Kemudahan akses informasi.

### Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

### Hipotesis

- H1 : Terdapat Pengaruh Modal terhadap Kinerja UMKM
- H2 : Terdapat Pengaruh *Financial Knowledge* terhadap Kinerja UMKM
- H3 : Terdapat Pengaruh Teknologi terhadap Kinerja UMKM
- H4 : Terdapat Pengaruh Media Sosial terhadap Kinerja UMKM
- H5 : Terdapat Pengaruh Modal, *Financial Knowledge*, Teknologi dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM

### III. METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Analisis yang digunakan yaitu uji validitas, reliabilitas, normalitas, uji t, uji F dan regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 26 *for windows*.

Populasi dalam penelitian ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *Fashion* di Bekasi Utara berjumlah 45 unit usaha. Data mengenai jumlah pelaku usaha merujuk pada data yang bersumber dari Kecamatan Bekasi Utara. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling jenuh. Artinya, sampel ditentukan bila anggota populasi relatif kecil. Karena populasi dalam penelitian ini kurang dari 100, maka sampel yang diambil adalah semua anggota populasi yaitu sebanyak 45 UMKM *fashion* di Bekasi Utara.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner (angket), dimana peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang menjadi sasaran penelitian yaitu pelaku usaha UMKM *fashion* di Bekasi Utara. Serta melakukan observasi yaitu dengan mendatangi dan mengamati secara langsung objek penelitian.

Jenis dan sumber data di dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah hasil dari penyebaran kuesioner kepada pelaku usaha UMKM *fashion* di Bekasi Utara, dan sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu data atau dokumen-dokumen yang ada disekitar lingkungan objek penelitian.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Statistik Deskriptif

Penyajian analisis statistik deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakter sampel dalam penelitian serta memberikan deskripsi variabel yang digunakan dalam penelitian. Analisis statistik deskriptif ini dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), minimum, maksimum dan standar deviasi.

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Modal	45	15	25	19.64	2.227
Financial Knowledge	45	24	44	33.78	5.121
Teknologi	45	21	30	26.42	2.331
Media Sosial	45	8	24	19.89	2.673
Kinerja	45	15	28	21.76	3.054
Valid N (listwise)	45				

Sumber: Data diperoleh dari SPSS

Pada Tabel 2. diatas menunjukkan hasil pengukuran statistik deskriptif terhadap variabel Modal (X1) didapatkan jawaban minimum responden sebesar 15 dan nilai maksimum sebesar 25 dengan rata-rata (mean) jawaban sebesar 19,64 serta standar deviasi sebesar 2,227. Variabel *Financial Knowledge* (X2) didapatkan jawaban minimum responden sebesar 24 dan nilai maksimum sebesar 44 dengan rata-rata (mean) jawaban sebesar 33,78 serta standar deviasi sebesar 5,121. Variabel Teknologi (X3) didapatkan jawaban minimum responden sebesar 21 dan nilai maksimum sebesar 30 dengan rata-rata (mean) jawaban sebesar 26,42 serta standar deviasi sebesar 2,331. Variabel Media Sosial (X4) didapatkan jawaban minimum responden sebesar 8 dan nilai maksimum sebesar 24 dengan rata-rata (mean) jawaban sebesar 19,89 serta standar deviasi sebesar 2,673. Variabel Kinerja UMKM (Y) didapatkan jawaban minimum responden sebesar 15 dan nilai maksimum sebesar 28 dengan rata-rata (mean) jawaban sebesar 21,76 serta standar deviasi sebesar 3,054.

##### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa r-hitung dari setiap variabel

modal, *financial knowledge*, teknologi, media sosial dan kinerja UMKM lebih besar dari r-tabel sebesar 0,2940 dengan tingkat signifikansi 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini adalah valid dan layak untuk diolah. Sedangkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel modal, *financial knowledge*, teknologi, media sosial dan kinerja UMKM memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel dan layak digunakan lebih lanjut dalam penelitian.

##### Uji Normalitas

Dalam penelitian ini uji normalitas yaitu dengan metode *One-Sampel Kolmogorov Smirnov Test* dengan membandingkan nilai *asympt. Sig (2-tailed)* dengan nilai alpha yang ditentukan sebesar 5%. Apabila nilai *asympt. Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual	
N	45	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.12995554
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.051
Test Statistic	.085	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>	

Sumber: Data diperoleh dari SPSS

Hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *One-Sampel Kolmogorov Smirnov Test* diperoleh nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 yang berarti lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan data terdistribusi secara normal.

##### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat di deteksi dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF), apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* tidak lebih kecil dari 0,1 berarti dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model (Constant)	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Modal	.997	1.003
Financial Knowledge	.977	1.024
Teknologi	.976	1.025
Media Sosial	.956	1.046

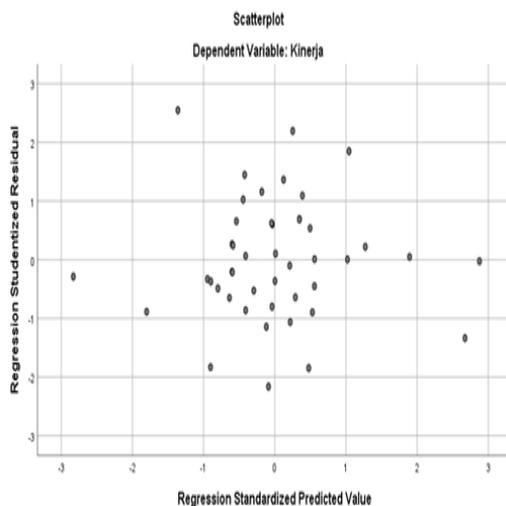
a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Data diperoleh dari SPSS

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa semua variabel bebas memiliki nilai Tolerance > 0,1 dan VIF < 10. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat ada atau tidak terjadi pola tertentu pada grafik *scatter plot*. Jika tidak ada pola tertentu serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2. hasil uji heteroskedastisitas diatas menunjukkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya gejala heteroskedastisitas. Dapat dilihat dari titik-titik yang menyebar secara acak diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

Tujuan dilakukannya uji autokorelasi ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Nilai Durbin-Watson (d) ini kemudian dibandingkan dengan nilai tabel Durbin Watson pada signifikansi 5%. Apabila nilai Durbin-Watson berada di antara dU dan 4-dU maka tidak terdapat gejala autokorelasi.

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	2.206

Sumber: Data diperoleh dari SPSS

Berdasarkan tabel diatas didapatkan nilai Durbin-Watson (d) sebesar 2,206 lebih besar dari nilai dU yakni 1,7200 dan kurang dari 4-dU (4-1,7200 = 2,28). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi.

### Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk menguji pengaruh modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial terhadap kinerja UMKM.

Tabel 6. Hasil Regresi Linaer Berganda

Model	Unstandardize d Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	10.974	5.520	
Modal	.454	.153	.337
Financial Knowledge	.214	.067	.365
Teknologi	.422	.148	.327
Media Sosial	.279	.130	.248

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Data diperoleh dari SPSS

Berdasarkan hasil output analisis regresi linear berganda tersebut maka diperoleh persamaan:

$$Y = 10,974 + 0,454 X_1 + 0,214 X_2 + 0,422 X_3 + 0,279 X_4$$

Interpretasi dari koefisien masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Pada model regresi ini nilai konstanta sebesar 10,974 yang berarti jika variabel independent dalam model diasumsikan sama dengan nol, maka kinerja UMKM sebesar 10,974.
2. Nilai koefisien regresi modal (X1) adalah sebesar 0,454. Hal ini menandakan bahwa setiap peningkatan modal sebesar 1, maka akan meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,454.
3. Nilai koefisien regresi *financial knowledge* (X2) adalah sebesar 0,214. Hal ini menandakan bahwa setiap peningkatan *financial knowledge* sebesar 1, maka akan meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,214.
4. Nilai koefisien regresi teknologi (X3) adalah sebesar 0,422. Hal ini menandakan bahwa setiap peningkatan teknologi sebesar 1, maka akan meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,422.
5. Nilai koefisien regresi media sosial (X4) adalah sebesar 0,279. Hal ini menandakan bahwa setiap peningkatan media sosial sebesar 1, maka akan meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,279.

### Uji t

Uji t yang dilakukan yaitu dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel.

Tabel 7. Uji t

Variabel	t-hitung	t-tabel	Sig.
Modal	2,966	2,021	0,005
Financial Knowledge	3,180	2,021	0,003
Variabel	t-hitung	t-tabel	Sig.
Teknologi	2,852	2,021	0,007
Media Sosial	2,142	2,021	0,038

Sumber: Data diperoleh dari SPSS

Berdasarkan dari hasil uji t pada Tabel 7. diatas maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Modal memiliki nilai t-hitung 2,966 > t-tabel 2,021 dan tingkat signifikan sebesar 0,005 < 0,05. Maka kesimpulannya modal berpengaruh terhadap kinerja UMKM.
2. *Financial Knowledge* memiliki nilai t-hitung 3,180 > t-tabel 2,021 dan tingkat signifikan sebesar 0,003 < 0,05. Maka kesimpulannya

*financial knowledge* berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

3. Teknologi memiliki nilai t-hitung 2,852 > t-tabel 2,021 dan tingkat signifikan sebesar 0,007 < 0,05. Maka kesimpulannya teknologi berpengaruh terhadap kinerja UMKM.
4. Media sosial memiliki nilai t-hitung 2,142 > t-tabel 2,021 dan tingkat signifikan sebesar 0,038 < 0,05. Maka kesimpulannya media sosial berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

### Uji F

Uji F ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Tabel 8. Hasil Uji F

Model		F	Sig.
1	Regression	10.555	.000 <sup>b</sup>
	Residual		
Total			

a. Dependent Variable: Kinerja  
 Sumber: Data diperoleh dari SPSS

Berdasarkan Tabel 8. diatas dapat dilihat bahwa nilai probabilitas signifikansi uji F lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) dan nilai F-hitung 10,555 > F-tabel 2,60. Hal ini menunjukkan bahwa variabel modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

### Koefisien Determinasi

Hasil analisis uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi

R	R Square	Keterangan
0,717	0,514	Persentase pengaruh 51,4 %

Sumber: Data diperoleh dari SPSS

Berdasarkan pada Tabel 9. hasil uji koefisiendeterminasi (R<sup>2</sup>) diatas menunjukkan nilai *R Square* (R<sup>2</sup>) sebesar 0.514. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh variabel independen (modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial) sebesar 51,4%, sedangkan sebesar 48,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar dari penelitian ini.

### **Pengaruh modal terhadap kinerja UMKM**

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menggunakan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai beta pada variabel modal adalah sebesar 0,454. Artinya, semakin baik modal usaha maka kinerja UMKM akan semakin meningkat. Hasil penelitian juga menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,005 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa modal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sehingga H1 dapat diterima.

Dalam mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal usaha. Modal usaha yang dimaksud adalah modal usaha yang digunakan dalam menunjang usaha dan kemudahan dalam memperoleh modal usaha. Semakin besar modal yang digunakan serta semakin mudah dalam memperoleh modal usaha maka akan mempengaruhi meningkatnya kinerja usaha. Begitu pula sebaliknya, apabila modal usaha semakin rendah maka akan mempengaruhi turunnya kinerja usaha mikro kecil dan menengah di kecamatan Bekasi Utara. Jika modal usaha yang dimiliki bertambah tentunya segala keperluan usaha akan terpenuhi dan dapat memperoleh keuntungan yang lebih banyak lagi.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, (2019) dan Rahman, (2015) yang menyatakan bahwa modal secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

### **Pengaruh *financial knowledge* terhadap kinerja UMKM**

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menggunakan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa *financial knowledge* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai beta pada variabel *financial knowledge* adalah sebesar 0,214. Artinya, semakin baik *financial knowledge* (pengetahuan keuangan) pelaku usaha maka kinerja UMKM akan semakin meningkat. Hasil penelitian juga menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa *financial knowledge* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sehingga H2 dapat diterima.

Pengetahuan keuangan akan mempengaruhi bagaimana individu menerapkan perilaku

menabung, kegiatan berinvestasi, dan mengelola keuangan yang dimiliki. Pengelolaan keuangan yang baik dapat memberikan gambaran kesehatan keuangan usaha atau bisnis baik saat ini atau di masa lalu, sehingga dapat digunakan oleh pelaku UMKM dalam pengambilan keputusan. Pengelolaan keuangan melalui perencanaan anggaran yang dapat membantu UMKM dalam mengelola keuangan, diantaranya dengan adanya pemisahan keuangan pribadi dan modal usaha serta perencanaan untuk masa depan. Pemisahan keuangan pribadi dan modal usaha sangat efektif untuk mengendalikan keuangan, sehingga pelaku UMKM dapat mengatur pengeluaran kas pada usahanya agar tidak mengalami kekurangan pada modal usaha. Selain itu, kegiatan pencatatan atau pembukuan dapat membantu pelaku UMKM dalam mencatat transaksi harian yang berguna untuk memperlihatkan bagaimana keadaan keuangan usahanya.

Apabila pengusaha dalam penelitian ini yaitu UMKM memiliki pengetahuan keuangan yang memadai, maka keputusan bisnis dan keuangan yang diciptakan akan menuju ke arah yang lebih baik dari waktu ke waktu, meningkatkan kinerja usaha untuk bertahan di tengah krisis dan pada akhirnya akan membuat usaha memiliki keberlanjutan jangka panjang. Dengan demikian, pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) dapat menjadi salah satu kebutuhan dasar bagi pelaku usaha dalam mengatasi masalah keuangan..

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Iko Putri Yanti, (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

### **Pengaruh teknologi terhadap kinerja UMKM**

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) menggunakan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa teknologi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai beta pada variabel teknologi adalah sebesar 0,422. Artinya, semakin baik teknologi yang digunakan maka kinerja UMKM akan semakin meningkat. Hasil penelitian juga menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,007 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa teknologi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sehingga H3 dapat diterima.

Hal ini membuktikan bahwa penggunaan teknologi dapat membantu usaha atau bisnis dalam meningkatkan penjualan, menghasilkan produk

yang lebih baik dan dengan waktu penyelesaian yang lebih cepat. Penggunaan teknologi secara tepat mampu mengurangi masalah operasional, sehingga biaya operasional semakin rendah dan kinerja usaha akan semakin meningkat. Perkembangan teknologi yang terjadi serta kebiasaan masyarakat dalam hal *cashless society* menjadikan pelaku UMKM harus dapat beradaptasi dengan teknologi. Penerapan teknologi juga dapat memberikan kemudahan dan mempercepat usaha atau bisnis dalam proses transaksi pembayaran, sehingga transaksi yang terjadi dapat lebih akurat. Selain itu, penggunaan teknologi juga dapat membantu dalam mengembangkan usaha atau bisnis dengan memanfaatkan jejaring sosial untuk melakukan aktivitas jual beli. Kemudahan yang diberikan dalam melakukan transaksi melalui jejaring sosial membuat konsumen selalu bergantung pada teknologi. Sehingga hal ini dapat memberikan peluang bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan secara online.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, (2019) yang menyatakan bahwa teknologi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

#### **Pengaruh media sosial terhadap kinerja UMKM**

Hasil pengujian hipotesis keempat (H4) menggunakan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai beta pada variabel media sosial adalah sebesar 0,279. Artinya, semakin baik pemanfaatan media sosial maka kinerja UMKM akan semakin meningkat. Hasil penelitian juga menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,038 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa media sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sehingga H4 dapat diterima.

Media sosial memberikan kemudahan bagi UMKM untuk berinteraksi dengan konsumen, sehingga dapat menjalin hubungan berkelanjutan antara konsumen dengan UMKM. Perbedaan lokasi antara konsumen dengan pelaku usaha bukanlah sebuah penghalang untuk berinteraksi satu sama lain. UMKM bisa mendapatkan keuntungan dari pemanfaatan media sosial, seperti menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan memperluas area pasar. Artinya, pemanfaatan media sosial dapat menghemat biaya bahkan tidak memerlukan keahlian khusus. Dengan demikian, banyaknya

manfaat yang diperoleh UMKM dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kinerja usaha.

Ada beberapa jenis media sosial yang digunakan oleh UMKM untuk melakukan pemasaran produk baik dari promosi, iklan, dan untuk berkomunikasi dengan konsumen. Adapun jenis media sosial yang banyak digunakan adalah WhatsApp, Facebook dan Instagram. Beberapa pelaku UMKM juga menggunakan *marketplace* untuk menjual produknya keseluruh Indonesia. Dalam hal ini beberapa UMKM memanfaatkan *platform marketplace* besar di Indonesia yakni Shopee dan Lazada, selain mudah digunakan *marketplace* tersebut memberikan rasa aman bagi pelaku UMKM dalam bertransaksi. Di sisi lain, tak sedikit juga pelaku UMKM yang lebih memilih menggunakan website toko *online* pribadi untuk melakukan penjualan. Hal ini dianggap oleh pelaku UMKM untuk memiliki kontrol penuh terhadap *platform* tersebut dan lebih bebas untuk melakukan *branding*. Dengan memiliki website toko *online* pribadi, bukan hanya untuk penjualan saja tetapi juga untuk keseluruhan kegiatan usaha.

Para pelaku UMKM setuju bahwa melalui media sosial atau *platform digital marketing* lainnya membantu mereka dalam melakukan promosi dan memasarkan produk mereka dengan efektif. Ketepatan jadwal dalam memperbarui informasi produk maka dapat mendorong para konsumen dalam merespon dan membeli produk. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Zulfikar & Novianti, (2018) yang menyatakan bahwa media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.

#### **Pengaruh modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial terhadap kinerja UMKM**

Hasil pengujian hipotesis kelima (H5) menggunakan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel bebas (modal, *financial knowledge*, teknologi, media sosial) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel terikat (kinerja UMKM). Hal tersebut dibuktikan dengan nilai F-hitung lebih besar dari F- tabel ( $10,555 > 2,60$ ) dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian ini juga menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,514 (51,4%). Artinya, modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial secara

bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja UMKM sebesar 51,4% dan sisanya 48,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keempat faktor tersebut merupakan hal yang harus mendapatkan perhatian secara bersama untuk meningkatkan kinerja usaha.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini terkait dengan Pengaruh Modal, *Financial Knowledge*, Teknologi dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM *Fashion* di Bekasi Utara, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Modal secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
2. *Financial Knowledge* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
3. Teknologi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
4. Media Sosial secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
5. Modal, *Financial Knowledge*, Teknologi dan Media Sosial secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Implikasi manajerial dalam penelitian ini adalah:

1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *Fashion* di Bekasi Utara agar dapat mencermati bahwa faktor modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial mampu memberikan peningkatan pada penjualan dan produktivitas yang pada akhirnya berdampak pada tingginya kinerja usaha, sehingga peningkatan atas faktor-faktor tersebut menjadi dasar yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku UMKM.
2. Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *Fashion* di Bekasi Utara perlu mengembangkan dirinya dalam memperoleh sumber-sumber penawaran modal tambahan guna mengembangkan usaha yang dimiliki.
3. Bagi pelaku UMKM *Fashion* di Bekasi Utara agar lebih meningkatkan kesadaran untuk

melakukan pencatatan secara rutin terhadap transaksi pada usahanya. Serta tantangan besar bagi pelaku UMKM *Fashion* di Bekasi Utara untuk memiliki pengetahuan lebih mengenai *Financial Knowledge*. Dimana dengan meningkatnya pengetahuan keuangan, pemilik atau pengelola UMKM diharapkan mampu membuat keputusan manajemen dan keuangan yang tepat untuk keberhasilan dan keberlanjutan usaha.

4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipertimbangkan sebagai saran bagi UMKM *Fashion* di Bekasi Utara untuk menjadi sebuah strategi dalam menggunakan teknologi secara maksimal dan berkelanjutan, sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja dan daya saing di masa depan. Pada kenyataannya, peran teknologi yang digunakan dalam suatu usaha atau bisnis dapat membantu berbagai kegiatan UMKM dalam meningkatkan produktivitas usaha, dan memudahkan dalam bertransaksi dengan konsumen atau distributor.
6. Pemanfaatan Media Sosial yang baik dapat dioptimalkan penggunaannya oleh UMKM *Fashion* di Bekasi Utara. Sehingga dapat memberikan kemudahan dalam menentukan target pasar secara cepat dan tepat. Selain dapat digunakan dengan mudah, media sosial dapat membantu UMKM dalam menghemat biaya khususnya dalam kegiatan pemasaran. Pemasaran secara online lebih luas dan dapat mencakup hingga luar daerah. Berbagai macam jenis media sosial dengan fitur masing-masing yang mempunyai fungsi yang berbeda-beda, sehingga dengan mempelajari bagaimana penggunaannya maka dapat memanfaatkannya dengan maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, M. A., & Zahid, Z. (2014). Role of social media marketing to enhance CRM and brand equity in terms of purchase intention. *Asian Journal of Management Research*, 4(3), 533–549.
- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *Duta.Com*, 9 (September), 43–54. <http://journal.stmikdb.ac.id/index.php/dutacom/article/view/17>

- Aryo, W. (2019). Studi Tentang Media Sosial Terhadap Pengembangan Ukm Melalui Keunggulan Bersaing Dan Implementasi. *Diponegoro Journal of Management*, 8(4), 152–165.
- Aziz, A., Mursityo, Y. T., & Rachmadi, A. (2018). Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram dan Pengaruhnya Terhadap Business Performance Satisfaction (Studi Pada Pengusaha Kuliner Di Kota Malang). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(11), 5708–5717.
- Bekasikota.bps.go.id. (2020). *Produk Domestik Regional Bruto Kota Bekasi 2015-2019*. Badan Pusat Statistik Kota Bekasi. <https://bekasikota.bps.go.id/publication/2020/05/29/3c6a9be9a1bde1201ab6da35/produk-domestik-regional-bruto-kota-bekasi-menurut-pengeluaran-2015---2019.html>
- Bps.go.id. (2018). *BPS-Bekraf Lanjutkan Kerja Sama Penyusunan Data Statistik Ekonomi Kreatif*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/news/2018/10/15/234/bps-bekraf-lanjutkan-kerja-sama-penyusunan-data-statistik-ekonomi-kreatif.html>
- Chandra, A. (2016). *Analisis Pengaruh Teknologi Dan Rantai Nilai Dalam Pencapaian Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Usaha Di Industri Kulit Manding Yogyakarta*. 1–12.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
- Depkop. (2018). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah Dan Usaha Besar*. *Www.Depkop.Go.Id*, 2000(1), 1.
- Durband, D. B., Law, R. H., & Mazzolini, A. K. (2018). *Financial Counseling*. Springer.
- Ekasari, N. (2014). Pengaruh promosi berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian produk jasa pembiayaan kendaraan pada PT. BFI Finance Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi: Seri Humaniora*, 16(2), 43450.
- Herleni, S., & Tasman, A. (2019). Pengaruh Financial Knowledge dan Internal Locus Of Control Terhadap Personal Financial Management Behaviour Pelaku Ukm Kota Bukittinggi. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(01), 270–275.
- Iko Putri Yanti, W. (2019). Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Ukm Di Kecamatan Moyo Utara. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.305>
- Istinganah, N. F., & Widiyanto, W. (2020). Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan UKM. *Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 438–455.
- Marti'ah, S. (2017). Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dalam Perspektif Ilmu Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Edutic*, 3(2), 75–82.
- Nizar, M. (2018). Pengaruh Sumber Daya Manusia, Permodalan dan Pemasaran terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Sari Apel di Kecamatan Tukur. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 51–69.
- Oh, K.-Y., Cruickshank, D., & Anderson, A. R. (2009). The adoption of e-trade innovations by Korean small and medium sized firms. *Technovation*, 29(2), 110–121.
- Prabawa, L. A., & Rizan, M. (2015). Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi, Inovasi, Kepemimpinan Dan Kinerja Perusahaan: Studi Transformasi Pt. Pos Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 3(1), 81. <https://doi.org/10.21009/jpeb.003.1.4>
- Putri, K., Pradhanawati, A., & Prabawani, B. (2014). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha Dan Peran Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Sentra Industri Kerupuk Desa Kedungrejo Sidoarjo Jawa Timur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 3(4), 313–322.
- Rahman, R. F. N. (2015). Pengaruh Modal, Pengetahuan, dan Inovasi terhadap Kinerja UMKM Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung. *Artikel Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 01(11), 1–16.
- Rozieqy, A., & Rois Arifin. (2018). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Kualitas Informasi Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Shopee.Co.Id (Study Pada Mahasiswa

- Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA ).  
*E- Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 7(7), 46–56.
- Sari, M. (2019). *Analisis Tingkat Literasi Keuangan Pada UMKM Perempuan Bidang Fashion Di Unit Pasar Kencong Baru*. 221– 229.
- Subagyo. (2020). *Meningkatkan Daya Saing dan Kinerja UMKM: Tinjauan dari perspektif Karakter, Pembelajaran dan Kompetensi Wirausahawan*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Talukder, M., Harris, H., & Mapunda, G. (2008). Adoption of innovations by individuals within organizations: An Australian study. *Asia Pacific Management Review*, 13(2), 463–480.  
<https://doi.org/10.6126/APMR.2008.13.2.02>
- Utari, T., & Dewi, N. (2014). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 3(12), 576–585.
- Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. (2017). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (Business Sustainability) Pada Umkm Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(2), 153.  
<https://doi.org/10.30596/jimb.v18i2.1399>
- Wulan, A. (2020). *UMKM 4.0 Strategi UMKM Memasuki Era Digital*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Wulandari, F. (2019). *Pengaruh Modal Kerja, Kebijakan Pendanaan Dan Teknologi Terhadap Kinerja Usaha Konveksi Di Kabupaten Tulungagung*. STIE Perbanas Surabaya.
- Zulfikar, R., & Novianti, L. (2018). Pengaruh Kapabilitas Jejaring Usaha Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(2).  
<https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i2.1004>