

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, INKLUSI KEUANGAN SYARIAH,
DAN PENGELOLAAN KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KINERJA
KEUANGAN USAHA MIKRO DAN KECIL DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH
GELAR SARJANA STRATA-1 (S1)**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**OLEH:
NOVI INDRAYANI
NIM. 19108030048**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, INKLUSI KEUANGAN SYARIAH,
DAN PENGELOLAAN KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KINERJA
KEUANGAN USAHA MIKRO DAN KECIL DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**



**SKRIPSI
DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH
GELAR SARJANA STRATA-1 (S1)**

**OLEH:
NOVI INDRAYANI
NIM. 19108030048**

**DOSEN PEMBIMBING:
RIZALDI YUSFIARTO, S.Pd., M.M
NIP. 19901122 201903 1 012**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsudi Adisasmito Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-223/Un.02/DEB/PP.00.9/01/2023

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH DIGITAL MARKETING, INKLUSI KEUANGAN SYARIAH, DAN PENGELOLAAN KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KINERJA KEUANGAN USAHA MIKRO DAN KECIL DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **NOVI INDRAYANI**
Nomor Induk Mahasiswa : **19108030048**
Telah diajukan pada : **Kanis, 10 Januari 2023**
Nilai ujian Tugas Akhir : **A-**

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Kerna Sidang

Rizki Yastum, S.Pd., M.M.
SIGNED

Value ID: 632736131023



Pengaji I

Aurina Citra Prajanti, S.E., M.A.
SIGNED

Value ID: 632736131023



Pengaji II

Ritra Sofiana, SH., M.Si
SIGNED

Value ID: 632736131023



Yogyakarta, 10 Januari 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Aidawati, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Value ID: 632736131023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Novi Indrayani

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa tesis saudara:

Nama : Novi Indrayani

NIM : 19108030048

Judul : **“Pengaruh *Digital Marketing*, Inklusi Keuangan Syariah, dan Pengelolaan Keuangan Syariah Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro dan Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta”**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi Saudari tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 19 Januari 2023

Pembimbing,



Rizaldi Yusfiarto, S.Pd., M.M

NIP. 19901122 201903 1 012

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novi Indrayani

NIM : 19108030048

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing*, Inklusi Keuangan Syariah, dan Pengelolaan Keuangan Syariah Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro dan Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan dibuat dalam bodynote serta daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan pada karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 19 Januari 2023



Novi Indrayani
NIM. 19108030048

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novi Indrayani
NIM : 19108030048
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas *Royalti Non-Exklusive* (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh *Digital Marketing*, Inklusi Keuangan Syariah, dan Pengelolaan Keuangan Syariah Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro dan Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas *Royalti Non-Exklusive* ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Yogyakarta

Pada Tanggal 19 Januari 2023

Yang Menyatakan



Novi Indrayani
NIM. 19108030048

HALAMAN MOTTO

“MAN JADDA WA JADDA

**ALWAYS INVOLVED ALLAH EVERYTIME, EVERYDAY,
EVERYWHERE, AND EVERYTHING”**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat dan kesempatan sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini. Selawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang dinantikan syafaatnya kelak di akhirat.

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, Bapak Suyatno dan Ibu Sumiyati yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, dan berjuang demi kesuksesan putri-putrinya.

Terima kasih kepada adik saya, Vanesha Putri Faranila yang memberikan semangat selama pengerjaan skripsi ini.

Terima kasih kepada seluruh keluarga besar saya, guru-guru saya, sahabat-sahabat saya, dan teman-teman almamater, UIN Sunan Kalijaga.

Terima kasih kepada almamater UIN Sunan Kalijaga, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ruang kepada saya untuk belajar.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

<i>Huruf Arab</i>	<i>Nama</i>	<i>Huruf Latin</i>	<i>Keterangan</i>
ا	Alīf	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	ša'	Ṣ	S (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Hâ'	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha'	Kh	K dan h
د	Dāl	D	De
ذ	Ẓāl	Ẓ	Z (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Za'	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan ye
ص	Sâd	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)

ض	Dâd	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Tâ'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zâ'	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Aīn	‘	Koma terbalik ke atas
غ	Gaīn	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	'el
م	Mīm	M	'em
ن	Nūn	N	'en
و	Wāwu	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis rangkap

مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّةٌ	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbūṭâh di akhir kata

Semua ta' marbutah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal atau berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جِزْيَةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>
كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

---َ---	Fathah	Ditulis	A
---ِ---	Kasrah	Ditulis	I
---ُ---	Dammah	Ditulis	U
فَعَلَ	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذَكَرَ	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جَاهِلِيَّةٌ	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya" mati	Ditulis	A
تَنْسَى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya" mati	Ditulis	I

كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan

Apostof

أنتم	Ditulis	<i>A'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah maka ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut

السَّمَاء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penyusunan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, taufik, hidayahNya, dan nikmat iman serta Islam sehingga penyusun dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“Pengaruh *Digital Marketing*, Inklusi Keuangan Syariah, dan Pengelolaan Keuangan Syariah Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro dan Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta”**. Selawat dan salam penyusun haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kita harapkan syafaatnya pada hari kiamat.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Meskipun penyusunan skripsi ini banyak mengalami kendala dan kekurangan, itu semata-mata karena keterbatasan penyusun. Penyusun sangat berterima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan baik berupa moral, materiil maupun spiritual sehingga skripsi dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penyusun ucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT dengan segala rahmat dan karuniaNya yang memberikan kekuatan bagi peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, MA. Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Bapak Dr. H. Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah.
5. Bapak Dr. H. Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag selaku Dosen Penasihat Akademik yang selalu memberikan bimbingan dan motivasi selama perkuliahan dan penyusunan tugas akhir ini.
6. Bapak Rizaldi Yusfiarto, S.Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa memberikan arahan, nasihat, masukan, saran, dan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama perkuliahan.
8. Seluruh pegawai dan staf tata usaha program studi maupun Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
9. Responden Pengelola Usaha Mikro dan Kecil seluruh Kabupaten/Kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
10. Orang tua saya tercinta Bapak Suyatno dan Ibu Sumiyati yang tiada kenal lelah berjuang demi kesuksesan putrinya, selalu memberikan bimbingan, dorongan, dan tidak lupa doa yang tidak henti-hentinya beliau panjatkan kehadirat Allah SWT agar putri-putrinya meraih kesuksesan.
11. Diri saya sendiri, Novi Indrayani yang sudah bertahan sampai detik ini, saya bangga kepada diri saya sendiri karena bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Adik saya, Vanesha Putri Faranila yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam penyelesaian tugas akhir ini.

13. Seluruh keluarga besar yang selalu memberikan doa untuk kelancaran dan memberikan dukungan serta dorongan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
14. Bapak Muhammad Jazim dan Ibu Mutiqotul Ummah, selaku Pengasuh Asrama Annisa, Pondok Pesantren Wahid Hasyim yang telah mendukung dan mendoakan.
15. Alisza Nadhifa Fahma Ninda dan Else Meilani Yustin yang telah menemani mencari responden, menjadi pendengar keluh kesah dan selalu memberikan semangat serta dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
16. Dyah Fitri Ayuningsih, Uswatun Khasanah, Alfathu Rosyidah, Mahfudatu Rizki Maulinda, Niken Rachma Zuraida, dan Shafa Dalilah Kusumawati yang telah memberikan semangat dan menjadi pendengar yang sabar.
17. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Keuangan Syariah 2019.
18. Keluarga besar KKN 108 Srunggo 2, Selopamioro, Imogiri, Bantul.
19. Seluruh teman-teman Asrama Annisa, Pondok Pesantren Wahid Hasyim.
20. Mbak Eka dan seluruh pihak yang telah membantu secara tidak langsung dalam penyusunan tugas akhir ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan keberkahan dan menjadikan amal sholeh atas segala kebaikan selama ini. Akhir kata, penyusun berharap skripsi ini menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin

Yogyakarta, 19 Januari 2023

Penyusun,



Novi Indrayani
NIM. 19108030048

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Landasan Teori	12
1. <i>Resources Based View Theory</i> (RBV)	12
2. <i>Digital Marketing</i>	14
3. Inklusi Keuangan Syariah	17
4. Pengelolaan Keuangan Syariah	18
5. Kinerja Keuangan	19
6. Usaha Mikro dan Kecil	21

B. Kajian Pustaka.....	22
C. Pengembangan Hipotesis	28
D. Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Definisi Penelitian.....	33
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	33
C. Populasi dan Sampel	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
E. Variabel Penelitian.....	37
F. Definisi Operasional Variabel.....	38
G. Metode Analisis Data	40
1. Uji Normalitas	41
2. Uji Reliabilitas.....	41
3. Uji Validitas	42
4. Uji Multikolinearitas	42
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
6. Uji Signifikansi.....	44
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Data Penelitian	47
B. Analisis Statistik Deskriptif	53
C. Analisis Data	54
1. Uji Normalitas	54
2. Uji Reliabilitas.....	56
3. Uji Validitas	57
4. Uji Multikolinearitas	59
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
6. Uji Signifikansi.....	62
D. Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	74
C. Keterbatasan Penelitian	76

DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	xxii
CURRICULUM VITAE	cxiv



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	55
Tabel 4.2 Hasil Uji Skewness dan Kurtosis	55
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Digital Marketing (X_1)	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Inklusi Keuangan Syariah (X_2)	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Pengelolaan Keuangan Syariah (X_3)	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Keuangan (Y)	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.9 Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.10 Hasil Uji t	63
Tabel 4.11 Hasil Uji F	65
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.13 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	67



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	UMKM DIY tahun 2018-2022.....	3
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 3.1	Perhitungan Sampel Menggunakan Software G-Power Statistik.....	35
Gambar 4.1	Pengujian Karakteristik Domisili Usaha.....	48
Gambar 4.2	Pengujian Karakteristik Agama Responden.....	49
Gambar 4.3	Pengujian Karakteristik Skala Usaha.....	50
Gambar 4.4	Pengujian Karakteristik Umur Usaha.....	51
Gambar 4.5	Pengujian Karakteristik Industri.....	52
Gambar 4.6	Diagram Jawaban Responden.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	xxii
Lampiran 2 Hasil Deskripsi Jawaban Responden.....	xxvii
Lampiran 3 Data Mentah Siap Diolah.....	xxxii
Lampiran 4 Hasil Olah Data Karakteristik Responden.....	xl
Lampiran 5 Hasil Olah Data Deskriptif.....	xli
Lampiran 6 Matriks antar Variabel.....	xliv
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas.....	xlvi
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	xlvii
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas.....	xlviii
Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	xlix
Lampiran 11 Analisis Regresi Linear Berganda.....	l
Lampiran 12 t Tabel.....	li
Lampiran 13 r Tabel.....	lii
Lampiran 14 F Tabel.....	liii
Lampiran 15 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....	liv



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *digital marketing*, inklusi keuangan syariah, dan pengelolaan keuangan syariah terhadap kinerja keuangan usaha mikro dan kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 29. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 104 sampel dari pengelola usaha mikro dan kecil seluruh Kabupaten/Kota yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data diperoleh yaitu data primer dengan menyebarkan kuesioner secara langsung. Hasil dari uji simultan menunjukkan bahwa *digital marketing*, inklusi keuangan syariah, dan pengelolaan keuangan syariah secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan usaha mikro dan kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sementara hasil uji parsial membuktikan bahwa secara parsial variabel *digital marketing* dan pengelolaan keuangan syariah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan usaha mikro dan kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan, variabel inklusi keuangan syariah berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja keuangan usaha mikro dan kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata kunci: *digital marketing*, inklusi keuangan syariah, pengelolaan keuangan syariah, kinerja keuangan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of digital marketing, Islamic financial inclusion, and Islamic financial management on the financial performance of micro and small businesses in the Special Region of Yogyakarta. The sampling technique used is non-probability sampling. The analysis method used is multiple linear regression using SPSS 29. The number of samples in this study was 104 samples from micro and small business managers in all districts / cities in the Special Region of Yogyakarta. Data obtained is primary data by distributing questionnaires directly. The results of the simultaneous test show that digital marketing, Islamic financial inclusion, and Islamic financial management together have a significant positive effect on the financial performance of micro and small businesses in the Special Region of Yogyakarta. While the partial test results prove that partially the digital marketing and Islamic financial management variables have a significant positive effect on the financial performance of micro and small businesses in the Special Region of Yogyakarta. Meanwhile, the Islamic financial inclusion variable has a positive but insignificant effect on the financial performance of micro and small businesses in the Special Region of Yogyakarta.

Keywords: digital marketing, sharia financial inclusion, sharia financial management, financial performance



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Permasalahan ekonomi terus menjadi pusat perhatian apalagi tingkat kemiskinan dan tingkat pengangguran yang masih tinggi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah diharapkan terus berkembang serta turut membantu mengatasi permasalahan ekonomi di mana telah terbukti memberikan kontribusi pada PDB > 57% lebih besar dari kontribusi usaha besar dan mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 97,2 juta (Nasution *et al.*, 2021). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM menjadi sektor riil yang memiliki peran utama untuk perkembangan ekonomi. Dibuktikan saat peristiwa krisis moneter pada tahun 1997-1998 dan krisis global tahun 2008, UMKM terbukti mampu menghadapinya. Sebagian besar UMKM mampu bersaing dengan perusahaan yang memiliki produksi skala besar dan mampu bertahan dalam krisis ekonomi (Januardin, 2019).

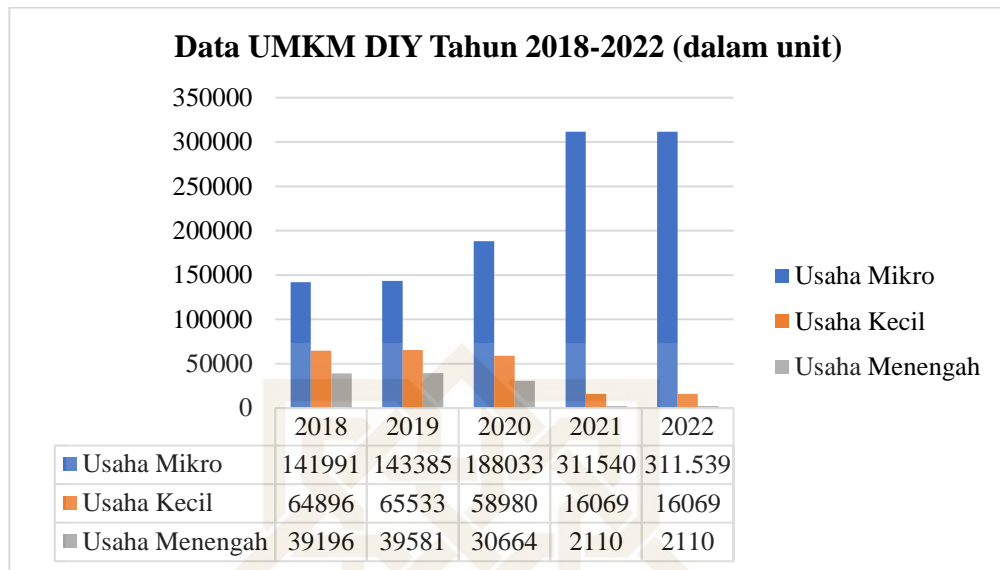
Sebagai salah satu motor penggerak ekonomi nasional, UMKM sangat membantu pemerintah melalui terciptanya unit-unit kerja yang mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga sehingga dapat mendorong pengembangan ekonomi (Rozinah & Meiriki, 2020). Salah satu daerah yang menjadi fokus pemerintah dalam pengembangan ekonomi saat ini adalah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Perekonomian Daerah Istimewa Yogyakarta digerakkan oleh para

pengelola usaha, salah satunya adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM sendiri memiliki peran penting dan strategis bagi perekonomian, seperti pengurangan kemiskinan, penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, demokratisasi ekonomi, serangkaian sasaran sosial pada pembangunan, keseimbangan sektor dan subsektor, serta penguatan struktur ekonomi lokal. Hal ini dikarenakan UMKM mempunyai keunggulan dalam mengelola sumber daya alam, terutama sektor pertanian, perdagangan, perkebunan, peternakan, dan perikanan (Sarfiyah *et al.*, 2019).

Pemulihan ekonomi dilakukan secara nyata dengan kebijakan-kebijakan pemerintah yang tepat sasaran menuju kemajuan melalui pemberdayaan dan pengembangan UMKM (Siswanto & Kirwani, 2016). Diperlukan adanya pengembangan usaha agar mampu berjalan dan bertahan secara konsisten. Dalam mengembangkan usaha, diperlukan dorongan dari berbagai bidang usaha, seperti sumber daya manusia, bidang produksi dan pengolahan, serta pemasaran produk (Iasoma *et al.*, 2021).

Menurut Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Daerah Istimewa Yogyakarta, UMKM menjadi dinamisator perekonomian dan memberikan harapan dalam menghadapi ancaman krisis ekonomi. Berdasarkan data BAPPEDA, usaha mikro di DIY per tahun selalu mengalami peningkatan jumlah usaha yang cukup signifikan. Sedangkan, usaha kecil dan menengah mengalami penurunan yang cukup dratis (BAPPEDA DIY, 2022).



Gambar 1.1

UMKM DIY tahun 2018-2022

Sumber: (BAPPEDA DIY, 2022), UMKM tahun 2022 (data sementara), data diolah penulis

Besarnya kontribusi dalam perekonomian Daerah Istimewa Yogyakarta, sering membuat UMKM harus menghadapi berbagai permasalahan. Pada umumnya, perkembangan UMKM sering terjadi perlambatan. Hal tersebut disebabkan adanya permasalahan yang sering dialami pengelola usaha kecil dan menengah, seperti modal kerja dan investasi yang kecil, keterbatasan teknologi, kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas, sulitnya memperoleh bahan baku yang memiliki harga terjangkau dan kualitas yang bagus, informasi pasar, serta kesulitan dalam pemasaran (Aqida & Fitria, 2019).

Berdasarkan catatan laporan Kementerian Koperasi dan UKM dalam lima tahun terakhir, UMKM meningkat dari 57,84 persen sampai 60,34 persen. Maka dari itu, untuk melakukan ekspansi dan inovasi usaha, perlu mempertahankan keberlangsungan usaha. Pengelola UMKM seharusnya

memahami bagaimana cara pengelolaan serta pemanfaatan keuangan yang efektif dan efisien (Ritonga *et al.*, 2020).

Perkembangan yang terjadi pada UMKM dipengaruhi oleh kinerja keuangan (Jubaedah & Destiana, 2016). Kinerja keuangan merupakan bentuk pencapaian hasil atas serangkaian tindakan dan keputusan untuk mencapai tujuan keuangan (Sanistasya *et al.*, 2019). Kinerja keuangan tersebut digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengelola usaha menjalankan kegiatan usahanya. Dalam kegiatan usaha, pengelola UMKM sering mendapat kendala dalam pemasaran produk, pengaksesan keuangan pada lembaga keuangan, serta pengelolaan keuangan usaha (Rumbianingrum & Wijayangka, 2018).

Kendala kinerja keuangan disebabkan karena kurang optimalnya pemasaran suatu produk usaha. Pada revolusi industri 4.0 terjadi perubahan teknologi yang mengacu pada cara bertahan hidup, cara berhubungan antara satu dengan yang lain, dan cara bekerja dengan baik. Dampak perubahan zaman memengaruhi perubahan perekonomian Daerah Istimewa Yogyakarta yang sedang bergerak menuju ekonomi digital. Inovasi digital yang semakin masif membuat harga yang ditawarkan semakin murah untuk berbagai layanan dan jasa (Rozinah & Meiriki, 2020).

Inovasi digital mengharuskan UMKM menggunakan teknologi untuk menjangkau pasar lebih luas. Masyarakat dengan pola konsumsi yang memilih berbelanja melalui platform online, memaksa UMKM terus melakukan inovasi dengan metode penjualan online. Tidak terbatas dalam platform penjualan,

tetapi juga kegiatan usaha seperti pemasaran, informasi produk, penjangkauan pelanggan, pelayanan konsumen, dan retensi pelanggan (Pratiwi & Pravanti, 2021).

Potensi meningkatnya pengguna platform *online* yang digunakan masyarakat untuk membantu kegiatan jual beli, menjadi kesempatan besar bagi para pengelola usaha mikro dan kecil agar tetap bisa berkembang dan mengembangkan produksi di masa revolusi teknologi. Pemasaran digital dimanfaatkan untuk melakukan promosi produk, mendapatkan dan memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan sehingga keuntungan usaha mengalami peningkatan. *Digital marketing* dijadikan sebagai media oleh pengelola usaha mikro dan kecil dalam menarik konsumen membeli produknya. Beberapa pengelola usaha mikro dan kecil perlahan mulai meninggalkan cara konvensional dan beralih ke pemasaran modern karena memiliki potensi yang sangat besar (Febriyantoro & Arisandi, 2018). *Digital marketing* diyakini sebagai strategi dalam pemasaran produk yang lebih diharapkan karena para konsumen berpotensi untuk membeli produk melalui jaringan internet (Fawaid, 2017).

Sejumlah penelitian telah dilakukan untuk mengidentifikasi adanya faktor pengaruh dalam kinerja keuangan yang dikelola oleh pengelola usaha mikro dan kecil. Penelitian tersebut diantaranya menunjukkan bahwa *digital marketing* secara signifikan memengaruhi pendapatan UMKM yang berarti memengaruhi kinerja keuangan (Krisnawati *et al.*, 2019). Berbeda dengan penelitian yang membuktikan tidak adanya pengaruh signifikan *digital*

marketing terhadap kinerja keuangan (Purba *et al.*, 2021).

Pengelola UMKM menjadi sasaran keterbukaan akses lembaga keuangan syariah, karena UMKM sebagai faktor yang mendukung pertumbuhan perekonomian pemerintah untuk dibukanya lapangan pekerjaan baru sehingga dipastikan dapat menurunkan tingkat pengangguran serta tindak kriminalitas yang masih tinggi. Inklusi keuangan termasuk program peningkatan kemampuan pengelola usaha mikro dan kecil menggunakan layanan keuangan (Sanistasya *et al.*, 2019).

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022) menyatakan bahwa tingkat inklusi keuangan di Daerah Istimewa Yogyakarta meningkat menjadi 82,08 persen, jika dibandingkan dengan tahun 2019 yang hanya 76,12 persen. Namun, pada kenyataannya, pengelola UMKM masih mengalami hambatan dalam mengakses lembaga keuangan syariah. Hambatan tersebut dikarenakan tidak terpenuhinya persyaratan pembiayaan oleh pengelola usaha mikro dan kecil pada lembaga keuangan syariah yang disebabkan rendahnya pembiayaan UMKM, kurangnya kemampuan manajemen keuangan, dan terbatasnya saluran distribusi jasa keuangan (Yanti, 2019).

Melihat kurang optimalnya penggunaan akses keuangan oleh pengelola UMKM, maka sangat diperlukan identifikasi kinerja keuangan sebagai sarana meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui usaha mikro dan kecil (Jumady *et al.*, 2022). Selain terjadinya kesenjangan, terdapat pula *research gap* dari hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan inklusi keuangan pada kinerja keuangan UMKM (Yanti, 2019).

Berbeda dari penelitian yang membuktikan bahwa inklusi keuangan memberikan pengaruh negatif terhadap kinerja keuangan UMKM (Sibanda *et al.*, 2018). Sedangkan penelitian lain membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan inklusi keuangan pada kinerja keuangan (Putri *et al.*, 2022).

Dalam perkembangan UMKM diperlukan pengelolaan keuangan yang memiliki peran penting untuk keuangan secara personal, baik usaha dari skala mikro, kecil, maupun menengah (Djuwita & Yusuf, 2018). Pengelolaan keuangan merupakan kegiatan mengelola dana oleh seorang individu maupun kelompok untuk mendapatkan kesejahteraan keuangan (*financial welfare*) dalam kehidupan sehari-hari. Proses pengelolaan keuangan dijadikan sebagai aktivitas penting para pengelola usaha mikro dan kecil dalam menjalankan usahanya (Pusporini, 2020).

Kemampuan pengelolaan keuangan dalam usaha menjadi faktor dominan penyebab terjadinya kegagalan pengembangan UMKM. Sedangkan, keuangan yang dikelola secara baik oleh pengelola usaha akan menjadikan usaha lebih akuntabel dan transparan (Wardi & Putri, 2020). Untuk menghasilkan kinerja keuangan yang baik, pengelola UMKM harus mengerti bagaimana cara mengelola keuangan usahanya. Pengelolaan keuangan menjadi satu hal yang sering kali diabaikan karena keterbatasan pengetahuan tentang akuntansi sehingga pengelola UMKM kurang mampu mengelola keuangan dengan baik. Hal ini dapat memengaruhi kinerja keuangan usahanya (Suindari & Juniariani, 2020).

Terdapat penelitian yang membuktikan bahwa kemampuan pengelolaan keuangan berpengaruh positif dalam kinerja keuangan UMKM (Mukarromah & Astuti, 2020). Selain itu, penelitian lain membuktikan terdapat pengaruh yang positif serta signifikan antara pengelolaan keuangan dan inklusi keuangan terhadap kinerja keuangan usaha (Rumain *et al.*, 2021).

Dengan adanya potensi berkembangnya platform *online*, kendala kinerja keuangan usaha mikro dan kecil dalam menghadapi perubahan teknologi, dan keuangan syariah yang semakin maju serta tidak adanya konsistensi dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian tugas akhir berjudul **“Pengaruh *Digital Marketing*, Inklusi Keuangan Syariah, dan Pengelolaan Keuangan Syariah Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro dan Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka diperlukan dilakukan penelitian lebih lanjut dengan pokok pembahasan sebagai berikut:

1. Apakah *Digital Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro dan Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apakah Inklusi Keuangan Syariah berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro dan Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Apakah Pengelolaan Keuangan Syariah berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro dan Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh *Digital Marketing* terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro dan Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh Inklusi Keuangan Syariah terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro dan Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh Pengelolaan Keuangan Syariah terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro dan Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan tambahan wawasan keilmuan tentang peran *digital marketing*, inklusi keuangan syariah, dan pengelolaan keuangan syariah terhadap kinerja keuangan usaha mikro dan kecil. Selain itu, diharapkan bisa dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya mengenai faktor yang memengaruhi kinerja keuangan pada usaha mikro dan kecil.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa dimanfaatkan oleh beberapa pihak, sebagai berikut:

a. Pihak Pengelola Usaha Mikro dan Kecil

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai sumbangan pemikiran untuk peningkatan kinerja keuangan pengelola usaha mikro dan kecil melalui strategi *digital marketing*, inklusi keuangan syariah, dan pengelolaan keuangan syariah.

b. Pihak Regulator

Hasil penelitian ini mampu memperkuat kebijakan pemerintah dalam pembuatan keputusan strategi guna meningkatkan kinerja keuangan sehingga mempermudah dalam mengembangkan usaha mikro dan kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian tugas akhir ini terdiri dari lima bab. Hal tersebut disesuaikan dengan sistematika penulisan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Berikut sistematika penulisan sebagai gambaran dan uraian dari setiap bab yang akan penulis susun:

Bab Pertama, Pendahuluan yang berisi tentang penjelasan terkait pentingnya penelitian yang sedang dilakukan, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang menjelaskan tujuan akhir dari penelitian.

Bab Kedua, Landasan Teori yang berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan variabel penelitian, penelitian terdahulu, dan pengembangan hipotesis, serta kerangka pemikiran penelitian.

Bab Ketiga, Metode Penelitian yang berisi tentang metode dan teknik penelitian yang digunakan, meliputi definisi penelitian, penentuan populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel, dan metode yang digunakan dalam analisis data.

Bab Keempat, Hasil Analisis dan Pembahasan yang berisi tentang analisis data hasil kuesioner beserta pembahasan data penelitian, analisis statistik deskriptif, analisis data penelitian, dan interpretasi terkait hasil data penelitian.

Bab Kelima, Penutup yang berisi tentang kesimpulan penelitian dalam bab keempat, memberikan saran atas masalah yang ada dan berdasarkan keterbatasan pada penelitian ini, sehingga kedepannya bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh pihak berkepentingan terkait penelitian ini.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian tugas akhir ini berjudul “Pengaruh *Digital Marketing*, Inklusi Keuangan Syariah, dan Pengelolaan Keuangan Syariah terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro dan Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Penelitian ini dimaksudkan untuk melihat pengaruh *digital marketing*, inklusi keuangan syariah, dan pengelolaan keuangan syariah terhadap kinerja keuangan pengelola usaha mikro dan kecil yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan hasil uji normalitas dan multikolinearitas, membuktikan bahwa tidak terjadi masalah asumsi klasik pada data penelitian yang dianalisis.

Hasil penelitian membuktikan bahwa revolusi teknologi yang semakin cepat mengakibatkan pengelola usaha mikro dan kecil beralih pada pemasaran produk secara online. *Digital marketing* merupakan langkah awal untuk memperoleh kemenangan dalam persaingan dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat sasaran baik harga, daya saing maupun kualitas dari produk yang diproduksi sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan.

Akselerasi inklusi keuangan syariah belum mampu meningkatkan kinerja keuangan pengelola usaha mikro dan kecil secara signifikan. Pengelola usaha mikro dan kecil mengalami kendala dalam mengakses pembiayaan di lembaga keuangan syariah dikarenakan kurangnya pengetahuan, rendahnya pendapatan, tidak adanya jaminan, ketidaksesuaian produk keuangan dengan kebutuhan dan

prosedur yang rumit. Namun, pentingnya peranan usaha mikro dan kecil bagi pertumbuhan ekonomi mengharuskan adanya penguatan usaha dengan meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan dan kemudahan mengakses keuangan. Aspek terpenting dalam pengelolaan keuangan syariah adalah kegiatan penghimpunan dana, memperoleh dana, penggunaan dana, dan adanya kewajiban untuk mencatat transaksi keuangan sesuai prinsip syariah.

Dalam peningkatan kinerja keuangan, faktor-faktor pendukung perlu ditingkatkan pada aktivitas usaha demi meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan baik. Data-data yang disebutkan sebelumnya telah membuktikan besarnya variabel-variabel berpengaruh terhadap kinerja keuangan usaha mikro dan kecil. Akan tetapi, masih diperlukan adanya peningkatan pengetahuan tentang inklusi keuangan syariah karena memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Hal itu, menyebabkan pengelola usaha mikro dan kecil hanya terfokus pada pengembangan *digital marketing* sehingga peningkatan kinerja keuangan masih rendah. Sesuai dengan teori *resources-based view*, pengelola usaha akan berfokus pada analisis berbagai sumber daya yang dimiliki untuk meningkatkan kinerja keuangan sehingga mampu mempertahankan usaha yang sedang dijalankan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan saran yang berhubungan dengan hasil perolehan penelitian sebagai rujukan dan bahan pertimbangan oleh pihak berkepentingan antara lain, sebagai berikut:

1. Bagi pengelola usaha mikro dan kecil, diharapkan dapat menerima perubahan teknologi informasi yang sangat cepat dengan beralih menggunakan pemasaran secara online dan mampu mengakses keuangan syariah serta mampu mengelola keuangan usaha sesuai dengan prinsip keuangan syariah.
2. Bagi pembuat kebijakan, diharapkan agar lebih memerhatikan usaha mikro dan kecil dengan memberikan fasilitas maupun dukungan berupa digitalisasi produk usaha mikro dan kecil. Selain itu, diharapkan bisa memberikan kemudahan transaksi dan pencatatan keuangan dengan platform pembayaran digital, membantu pemasaran produk, serta mempermudah akses pasar maupun memberikan pelatihan untuk pengembangan usaha sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan serta mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Bagi lembaga keuangan syariah, diharapkan agar lebih intensif melakukan promosi melalui media sosial seperti TikTok dan instagram terkait produk yang ditawarkan. Lembaga keuangan syariah juga diharapkan dapat memberikan edukasi terhadap pengelola usaha mikro dan kecil terkait penggunaan QRIS, e-wallet, dan produk jasa pembiayaan menggunakan bank syariah. Selain itu, dengan menjadikan pengelola usaha mikro dan kecil sebagai mitra usaha untuk memberikan informasi dan edukasi serta memberikan kemudahan akses keuangan syariah dalam melakukan pembiayaan usaha.

4. Bagi peneliti selanjutnya, dalam hal ini penelitian tentang kinerja keuangan usaha diharapkan bisa menambahkan variabel lain seperti modal usaha dan tingkat pendapatan. Selain itu, diharapkan mampu memperluas sampel penelitian yang tidak hanya fokus pada usaha mikro dan kecil serta bidang usaha yang dijalankan untuk hasil penelitian lebih representatif pada semua bidang usaha mikro, kecil, dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian tugas akhir ini memiliki keterbatasan cakupan sampel. Pengambilan sampel hanya pengelola usaha mikro dan kecil yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta dan tidak mencakup pada pengelola usaha menengah. Selain itu, penelitian dilakukan hanya terbatas menggunakan tiga variabel independen yang memengaruhi variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, D., & Wiksuana, I. G. B. (2018). Inklusi Keuangan dalam Hubungannya dengan Pertumbuhan UMKM dan Tingkat Kesejahteraan Masyarakat di Provinsi Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(12), 6420. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i12.p02>
- Aisyah. (2017). Analisis Kinerja Keuangan Terhadap Laba Perusahaan Lembaga Pengembangan Teknologi Tepat Guna Malindo di Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu Utara. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 21–25.
- Ali, I. (2003). *A Performance Measurement Framework for a Small and Medium Enterprise*. University of Alberta.
- Amir, A., Junaidi, & Yulmardi. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya* (A. Amir (ed.); 1st ed.). IPB Press.
- Aqida, M. S., & Fitria, S. (2019). Pengaruh Akses Keuangan Terhadap Pertumbuhan UMKM dengan Moderasi Literasi Keuangan di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 8(2), 121. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.1007/s10006-013-0431-4>
- Arsi, A. (2021). *Langkah-Langkah Uji Validitas Realibilitas Instrumen dengan Menggunakan SPSS*. 1–8. <https://osf.io/m3qxs>
- Awali, H. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di Tengah Dampak Covid-19. *Balanca: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.35905/balanca.v2i1.1342>
- Bahiu, E. L. U., Saerang, I. S., & Untu, V. N. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan Terhadap Keuangan UMKM di Desa Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1819–1828.
- BAPPEDADIY. (2022). *Data UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta*. DATAKU DIY. http://bappeda.jogjapro.go.id/dataku/data_dasar/cetak/107-umkm
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Chaffey, D. (2009). *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation & Practice*, (4th ed.). FT Prentice Hall.

- Creswell, J. W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Darmawan, A., Sepriani, A., Bagis, F., & Rahmawati, D. V. (2021). Pengaruh Faktor Demografi, Locus of Control, Literasi Keuangan, dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 10(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.32639/jiak.v9i2.878>
- Dew, J., & Xiao, J. J. (2011). The Financial Management Behavior Scale: Development and Validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43–59.
- Djuwita, D., & Yusuf, A. A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah di Kalangan UMKM dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. *Al-Amwal*, 10(1). <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2837>
- Dz, A. S. (2018). Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi dan Tantangan. *Al-Amwal*, 10(1). <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2813>
- Elsandra, Y., & Yulianto, A. A. (2013). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Usaha Kecil Menengah Berbasis Industri Kreatif Melalui ICT. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 2(1), 31–42.
- Falih, M. S. H. Al, Rizqi, R. M., & Ananda, N. A. (2019). Pengelolaan Keuangan dan Pengembangan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus pada UMKM Madu Hutan Lestari Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.302>
- Farida, N., & Arifin, M. (2022). Program Inklusi Keuangan Syariah untuk Meningkatkan Kesejahteraan UMKM. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 8(1). <http://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/ulumuna/article/view/5857%0Ahttp://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/ulumuna/article/download/5857/3664>
- Fawaid, A. (2017). Pengaruh Digital Marketing System Terhadap Daya Saing Penjualan Susu Kambing Etawa. *Iqtishadia Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 104–119. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v4i1.1134>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 61–76. <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Greener, S. (2008). *Business Research Methods*. Ventus Publishing ApS. <https://books.google.co.id/books?id=mR2sPdK0BIUC&printsec=frontcover>

&hl=id#v=onepage&q&f=false

- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). Basic Econometrics. In *McGraw-Hill Irwin* (5th ed.). Douglas Reiner.
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, 16(1), 32–41. <http://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/competitive%7C32>
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Harahap, N., & Lubis, S. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Publishek. <https://www.researchgate.net/publication/325965331>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); 1st ed., Issue April). Pustaka Ilmu.
- Hartati, S. (2013). *Manajemen Keuangan untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. www.api-pwu.com/wp-content/uploads/2013/01/Artikel-SriHartati.pdf
- Hidayanti, A. (2017). Pengaruh Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2015-2017. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa IE Universitas Brawijaya*.
- Hidayatullah, S. K., & Puryandani, S. (2022). Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Investasi dengan Locus of Control Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal AKtual STIE Trisna Negara*, 20(1), 1–9.
- Hudson, M., Smart, A., & Bourne, M. (2021). Theory and Practice in SME Performance Measurement Systems. *International Journal of Operations & Production Management*, 21(8), 1096–1115. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/EUM0000000005587>
- Hunt, S. D., & Morgan, R. M. (1995). The Comparative Advantage Theory of Competition. *Journal of Marketing*, 59(2), 1–15. <https://www.jstor.org/stable/1252069>
- Hutama, S. T. E. W., Puspasari, D. A., & Wijaya, M. Indra H. (2020). Tantangan dan Peluang Pemanfaatan ICT dalam Pemasaran Produk Klaster UMKM di Kabupaten Temanggung. *Bhumiphala: Jurnal Pengembangan Daerah*, 1(2),

18–26.

- Iasoma, A., Sofhian, & Zainuddin, Y. (2021). Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan Usaha Mikro di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango. *Finansha-Journal of Sharia Financial Management*, 2(2), 45–60.
- Januardin. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Perilaku Keuangan Terhadap Perkembangan UMKM di Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 1(1), 1–10.
- Jarque, C. M., & Bera, A. K. (1987). A Test for Normality of Observations and Regression Residuals. *International Statistical Review/Revue Internationale de Statistique*, 55(2), 163–172. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/1403192>
- Jubaedah, S., & Destiana, R. (2016). Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Cirebon Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Pembiayaan Syariah. *JRKA*, 2(2), 93–103.
- Jumady, E., Halim, A., Manja, D., & Amaliah, N. Q. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Kecil di Kota Makassar. *Jurnal Ecogen*, 5(2), 284–293. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v5i2.12893>
- Kang, H. (2021). Sample Size Determination and Power Analysis using the G*Power Software. *Journal of Educational Evaluation for Health Professions*, 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.3352/jeehp.2021.18.17>
- Kawira, K. D., Mukulu, E., & Odhiambo, R. (2019). Effect of Digital Marketing on the Performance of MSMES in Kenya. *Journal of Marketing & Communication*, 2(1), 1–23.
- Kidder. (1981). *Research Methods in Social Relations*. Rinehart & Winston.
- Kim, E. Y., & Kim, Y. (2004). Predicting Online Purchase Intentions for Clothing Products. *European Journal of Marketing*, 38(7), 883–897. <https://doi.org/10.1108/03090560410539302>
- Krisnawati, I., Ubaidi, I. A., Rais, H., & Batu, R. L. (2019). Strategi Digital Marketing dalam Perdagangan Hasil Tani untuk Meningkatkan Pendapatan Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 70. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v10i2.838>
- Kumalasari, F., Kara, M. H., K, A., & Misbach, I. (2022). Analysis of the Development Strategy of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Kolaka District, Southeast Sulawesi, Indonesia. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(3).

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v9i3.3509>

- Lestari, M. D., Kantun, S., Hartanto, W., Suharso, P., & Widodo, J. (2020). Analysis of the financial literacy level of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Jember, East Java, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 485(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/485/1/012128>
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Encyclopedia of Research Design*. <https://doi.org/10.4135/9781412961288.n454>
- Manunggal, S. A. M. (2011). Etika Islam dalam Manajemen Keuangan. *Journal of Controlled Release*, 9(2).
- Marlina, L. (2020). *Digital Marketing* (1st ed.). Widina Bhakti Persada.
- Martins, F. S., Cunha, J. A. C. da, & Serra, F. A. R. (2018). Secondary Data in Research-Uses and Opportunities. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 17(04), 01–04. <https://doi.org/10.5585/ijsm.v17i4.2723>
- Mukarromah, D., & Astuti, M. (2020). Financial Performance Analysis on Micro, Small, and Medium Enterprises of Cassava Product in Cibadak, Lebak Regency, Banten. *Jurnal Economia*, 16(2), 257–268. <https://journal.uny.ac.id/index.php/economia>
- Nasution, D. P., Faried, A. I., & Agustino, A. (2021). Analisis Determinan Penyerapan Tenaga Kerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 6(2), 2. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/103655>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). The Assessment of Reliability. *Psychometric Theory*. *New York, NY: McGraw-Hill, Inc*, 3, 303–305.
- Nurati, A., Burhanudin, & Damayanti, R. (2019). Analisis Kinerja Keuangan pada Perusahaan PT Mustika Ratu Tbk. Berdasarkan Analisis Rasio Likuiditas, Solvabilitas, dan Rentabilitas. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01), 108–118. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.466>
- O'Brien, R. M. (2007). A Caution Regarding Rules of Thumb for Variance Inflation Factors. *Quality & Quantity*, 41, 673–690. <https://doi.org/10.1007/s11135-006-9018-6>
- Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi UMKM, Literasi Keuangan, dan Kinerja Keuangan: Studi pada Masa Pandemi Covid-19. *STIE Perbanas Press 2021*, 11(1), 73–92. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>
- OECD. (2005). *OECD SME and Entrepreneurship Outlook*. OECD.

- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulisty, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). Widya Gama Press.
- Permana, S. H. (2017). Strategy of Enhancement on the Small and Medium-Sized Enterprises (SMES) in Indonesia. *Aspirasi*, 8(1).
- Pratiwi, D. N., & Pravanti, Y. A. (2021). Digitalisasi dan Kinerja Keuangan UMKM: Masa Pandemi Covid 19. *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers*, 472–479.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 212. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip/article/view/219/179>
- Purba, M. I., Simanjutak, D. C. Y., Malau, Y. N., Sholihat, W., & Ahmadi, E. A. (2021). The Effect of Digital Marketing and E-Commerce on Financial Performance and Business Sustainability of MSMEs during COVID-19 Pandemic in Indonesia. *International Journal of Data and Network Science*, 5, 275–282. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.6.006>
- Purwanto. (2018). Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas untuk Penelitian Ekonomi Syariah. In A. Saifudin (Ed.), *StaiaPress* (Vol. 59, Issue April). Staia Press.
- Puspitasari, S., Mahri, A. J. W., & Utami, S. A. (2020). Indeks Inklusi Keuangan Syariah di Indonesia. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 4(1), 15–31. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v4i1.5094>
- Pusporini. (2020). *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan pada Pelaku UMKM Kecamatan Cinere, Depok*. 2(1), 58–69. <https://doi.org/10.31933/JIMT>
- Putri, R. E., Hamid, R. S., Ukkas, I., Palopo, U. M., & Korespondensi, P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Pengusaha. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(April), 1664–1676. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.790>
- Ratheeswari, K. (2018). Information Communication Technology in Education. *Journal of Applied and Advanced Research*, 3(1), 45–47. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.21839/jaar.2018.v3S1.169>
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 63.
- Riduwan, M. (2012). *Belajar Mudah Penelitian*. CV Alfabeta Informatika.
- Ritonga, A., Romus, M., & Nofianti, L. (2020). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Usaha Mikro di Kecamatan

- Siak Hulu Kabupaten Kampar. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.37064/jpm.v8i1.7260>
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 122–127.
- Rozinah, S., & Meiriki, A. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 3(2), 134. <https://doi.org/10.22441/jdm.v3i2.10573>
- Rumain, I. A. S., Mardani, R. M., & Wahono, B. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan pada UMKM Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 66–80. www.fe.unisma.ac.id
- Rumbianingrum, W., & Wijayangka, C. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Almana)*, 2(3), 41–50.
- Sampurno. (2011). *Manajemen Strategik, Menciptakan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan*. Gadjah Mada University Press.
- Sanistasya, P. A., Raharjo, K., & Iqbal, M. (2019). The Effect of Financial Literacy and Financial Inclusion on Small Enterprises Performance in East Kalimantan. *Jurnal Economia*, 15(1), 48–59. <https://doi.org/10.21831/economia.v15i1.23192>
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Sari, D. K., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). *Digital Marketing*. Umsida Press.
- Sarma, M. (2012). Index of Financial Inclusion—A Measure of Financial Sector Inclusiveness. *Berlin Working Papers on Money, Finance, Trade and Development*, 7, 3.
- Savitri, F. M., Perwita, A. D., Maulana, A. S., & Saptana. (2021). *The Effect of Sharia Financial Access and Financial Literation to Non-Bankable MSME's Growth*. 1(2), 68–78.
- Sedyastuti, K., Rahadi, D. R., Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Human Resources Competency at Micro, Small, and Medium Enterprises in Palembang Songket Industry. *Atlantis Press*, 542, 248–251. <https://doi.org/http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

- Shofwatun, H., Kosasih, & Megawati, L. (2021). Analisis Kinerja Keuangan Berdasarkan Rasio Likuiditas dan Rasio Profitabilitas pada PT Pos. *Jurnal Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(1), 59–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.22225/kr.13.1.2021.59-74>
- Sibanda, K., Sibanda, P. H., Elizabeth, P., Africa, S., & Shava, H. (2018). The Impact of SME Access to Finance and Performance on Exporting Behaviour at Firm Level : A Case of Furniture Manufacturing SMEs in Zimbabwe. *Acta Commercii - Independent Research Journal in the Management Sciences*, June. <https://doi.org/10.4102/ac.v18i1.554>
- Siswanto, T., & Kirwani. (2016). Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM Sepatu di Sentra Industri Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1–8.
- Sobana, D. H. (2017). *Manajemen Keuangan Syariah*.
- Suindari, N. M., & Juniariani, N. M. R. (2020). Pengelolaan Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia, dan Strategi Pemasaran dalam Mengukur Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 148–154. <https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1423.148-154>
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru.
- Sukardi. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. PT Bumi Aksara.
- Sullivan, G. M. (2011). A Primer on the Validity of Assessment Instruments. *Journal of Graduate Medical Education*, 3(2), 119–120. <https://doi.org/10.4300/jgme-d-11-00075.1>
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital Marketing dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.29264/jkin.v19i1.10207>
- Terzia, N. (2011). The Impact of E-Commerce on International Trade and Employment. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 745–753. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.010>
- Vogelvang, B. (2005). *Econometrics Theory and Applications with EViews. In Solutions.* FT Prentice Hall. <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Econometrics:+Theory+and+Applications+with+EViews#0>
- Vredenbregt, J. (1980). *Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat*. Gramedia.
- Wardi, J., & Putri, G. E. (2020). Pentingnya Penerapan Pengelolaan Keuangan Bagi UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 56–62.

- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing* (N. A. Fransiska (ed.); 1st ed.). Edulitera.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of The Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180.
<http://web.mit.edu/bwerner/www/papers/AResource-BasedViewoftheFirm.pdf>
- Wooldridge, J. M. (2013). *Introductory Econometrics A Modern Approach*. In *South-Western: Cengage Learning* (5th ed.).
<https://doi.org/10.1201/9781315215402-43>
- Yanti, W. I. P. (2019). Pengaruh Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Moyo Utara. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <http://jurnal.uts.ac.id>
- Yusfiarto, R., & Pambekti, G. T. (2019). Do Internet Marketing Factors with Islamic Values Improve SME Performance? *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(4), 807–828.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21098/jimf.v5i4.1101>