

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, INOVASI PRODUK, DAN DIGITAL
PAYMENT TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM
DIKALURAHAN WONOKROMO KABUPATEN BANTUL**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSI TAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA SEBAGAI SALAH SATU SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA**

Oleh :

Mochammad Iqbal Fikrul Husein

NIM: 19108010112

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSI TAS ISLAM NEGERI SUNAN
KALIJAGA YOGYAKARTA**

2023

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, INOVASI PRODUK, DAN DIGITAL
PAYMENT TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM
DIKALURAHAN WONOKROMO KABUPATEN BANTUL**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA**

Oleh :

Mochammad Iqbal Fikrul Husein

NIM: 19108010112

Dosen Pembimbing :

Dr. Taosige Wau, S.E., M.Si.

NIP. 19840919 201903 1 008

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

2023



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

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1849/Un.02/DEB/PP.00.9/12/2023

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH MEDIA SOSIAL, INOVASI PRODUK DAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI KALURAHAN WONOKROMO KABUPATEN BANTUL

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MOCHAMMAD IQBAL FIKRUL HUSEIN
Nomor Induk Mahasiswa : 19108010112
Telah diujikan pada : Jumat, 15 Desember 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

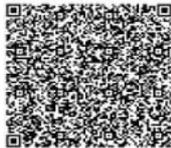
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



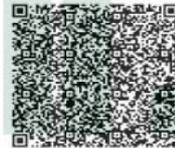
Ketua Sidang
Dr. Taosige Wau, S.E., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 658a24473c20f



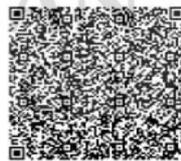
Penguji I
Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si.,
Ak., CA., ACPA.
SIGNED

Valid ID: 658944bf570b1



Penguji II
Achmad Nurdany, S.E.I., S.E., M.E.K.
SIGNED

Valid ID: 658ab337633fa



Yogyakarta, 15 Desember 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 658b89e298b32

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Mochammad Iqbal Fikrul Husein
NIM : 19108010112
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk, dan Digital Payment terhadap Perkembangan UMKM di Kalurahan Wonokromo Kabupaten Bantul” merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan saduran ataupun duplikasi dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam bodynote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 2 Desember 2023

Penulis



Mochammad Iqbal Fikrul Husein

NIM . 19108010112

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai salah satu civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mochammad Iqbal Fikrul Husein
NIM : 19108010112
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneklusif (non exclusive royalty free right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

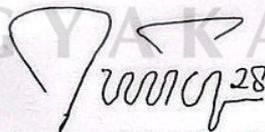
“ Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk, dan Digital Payment terhadap Perkembangan UMKM di Kalurahan Wonokromo Kabupaten Bantul”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai penulis hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat : Yogyakarta
Pada Tanggal : 8 Desember 2023

Yang menyatakan,



Mochammad Iqbal Fikrul Husein
NIM 19108010112

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara
Moch Iqbal Fikrul Husein 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 selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Mochammad Iqbal Fikrul Husein
NIM : 19108010112
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk dan Digital Payment terhadap Perkembangan UMKM di Kalurahan Wonokromo Kabupaten Bantul

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Prodi Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata-1 dalam Ilmu Ekonomi Islam. Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 5 Desember 2023

Pembimbing



Dr. Taosige Wau, S.E., M.Si.

NIP. 19840919 201903 1 008

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk dan Digital Payment terhadap Perkembangan UMKM di Kalurahan Wonokromo Kabupaten Bantul”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner yang disebar melalui *google form*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh. Jumlah sampel yang digunakan sebesar 160 pelaku usaha dari total populasi 635 pelaku usaha. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa implikasi dari penggunaan media social, inovasi produk dan digital payment sebagai senjata bagi UMKM dalam memasuki persaingan pasar dapat memberikan prospek yang baik untuk menaikkan angka penjualan produk UMKM. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel media sosial inovasi produk dan digital payment berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Kalurahan Wonokromo Kabupaten Bantul.

Kata Kunci : Media Sosial, Inovasi Produk, Digital Payment, Perkembangan UMKM.



ABSTRACT

This research aims to determine "The Influence of Social Media, Product Innovation and Digital Payment on the Development of MSMEs in Wonokromo Village, Bantul Regency". This type of research is quantitative research. The data collection method in this research was carried out using a questionnaire distributed via Google Form. The sampling technique used in this research used a saturated sampling technique. The number of samples used was 160 business actors from a total population of 635 business actors. This research shows that the implications of using social media, product innovation and digital payments as weapons for MSMEs in entering market competition can provide good prospects for increasing sales figures for MSME products. Based on the research results, it shows that partially and simultaneously the social media variables product innovation and digital payment have an influence on the development of MSMEs in Wonokromo Village, Bantul Regency.

Keywords: Social Media, Product Innovation, Digital Payment, MSME Development



MOTTO

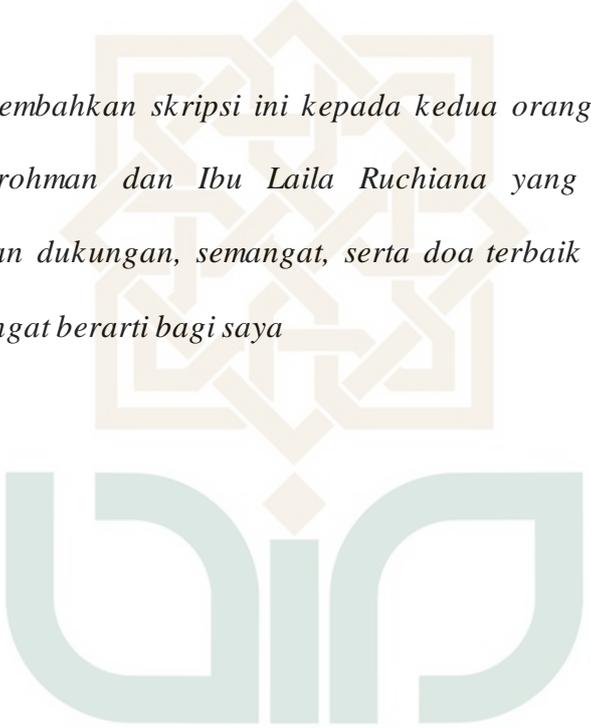
“Berani ambil risiko, bermimpi besar, dan berharap besar”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua saya, Bapak Miftachurrohman dan Ibu Laila Ruchiana yang telah senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta doa terbaik kepada anaknya. Kalian sangat berarti bagi saya



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur penulis junjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan taufiq, hidayah dan kenikmatan terutama nikmat iman Islam sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk dan Digital Payment terhadap Perkembangan UMKM di Kalurahan Wonokromo Kabupaten Bantul”**.

Sholawat dan Salam senantiasa penulis haturkan kepada junjungan *kita* Baginda Nabi Agung Muhammad SAW yang telah membawa umat Islam dari Zaman Jahilliyah ke Zaman Islamiyah.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Sarjana Strata 1 dalam Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Tentunya dalam penulisan yang penulis buat tentu masih banyak kekeliruan dan kesalahan. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan, masukan, support dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini, pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Abdul Qoyum, S.E.I., M.Sc.Fin. selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Taosige Wau, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi,

terimakasih telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak Prof. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terimakasih telah membimbing dan memberi arahan.
6. Bapak K. H Abdullah Hasan beserta keluarga selaku Pengasuh Pondok Pesantren Assalafiyah Tahasus. Maturnuwun sanget kagem sedoyo arahan kaliyan kersanipun
7. Seluruh responden yang merupakan pelaku UMKM se-Kalurahan Wonokromo. Terimakasih telah meluangkan waktunya untuk membantu proses penyelesaian penelitian ini.
8. Seluruh pimpinan dan staff Kalurahan Wonokromo yang telah menerima dan mengizinkan penulis untuk meneliti di wilayah kerja Kalurahan Wonokromo.
9. Semua Gawagiz, Nawaning serta keluarga Pondok Pesantren Assalafiyah, terimakasih atas ilmunya dan telah sabar dan rela menemani al-faqir ini dalam menuntut ilmu
10. Teristimewa kedua orangtua penulis, Bapak Moch Miftachurrahman dan Ibunda Laila Ruchiana yang selalu mendukung saya baik dari segi finansial maupun dukungan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi S1 dan mendapat gelar Sarjana Ekonomi. Semoga Allah memberikan kesehatan dan panjang umur kepada kalian.
11. Adik penulis tercinta, Ulya Kamila Husna dan Alm Moch Ulil Abshor, terima kasih atas doa dan segala dukungannya
12. Sahabatku, Khamim Busroni dan Pandu Wahyuda, terimakasih telah selalu kebersamai penulis
13. Orang terkasih dan teraneh, Ianatus Sholihah, terimakasih telah memberi motivasi, dukungan, dan semangat dalam penyusunan skripsi ini

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Landasan Teori	15
B. Telaah Pustaka	29
C. Pengembangan Hipotesis	37
D. Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Definisi Operasional Variabel.....	42

C.	Populasidan Sampel.....	44
D.	Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan	45
	DAFTAR KUESIONER.....	46
E.	Pengujian Instrumen Penelitian.....	51
F.	Metode Analisis Data.....	53
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	60
B.	Pengujian Instrumen	63
C.	Deskriptif Data Penelitian	65
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	73
	BAB V PENUTUP	77
A.	Kesimpulan	77
B.	Saran	78
	DAFTAR PUSTAKA.....	80
	CURRICULUM VITAE.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah DaerahIs timewa Yogyakarta Tahun 2017- 2021 (Unit Usaha).....	6
Tabel2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 4.1 HasilUji Validitas	63
Tabel 4.2 Hasil UjiReabilitas	64
Tabel 4.3 Analisis Usia Responden	65
Tabel4.4 Analisis Jenis Kelamin Responden.....	66
Tabel 4.5 Analisis Umur Usaha.....	67
Tabel4.6 Analisis Tingkat Pendidikan Responden	68
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier.....	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Klasifikasi Pertumbuhan Jumlah UMKM Yang terdiri dari jumlah usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah selama 5 tahun di Kabupaten Bantul	7
Gambar 1.2 Data rekap UMKM Kalurahan Wonokromo	8
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	41
Gambar 4.1 Peta Kalurahan Wonokromo	61
Gambar 4.3 Hasil UjiNormalitas Residual	69

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN.....	85
LAMPIRAN 1 SKOR KUESIONER PENELITIAN.....	85
LAMPIRAN 2 HASIL ANALISIS DATA.....	99



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, Indonesia termasuk negara berkembang yang berjuang disektor ekonomi. Salah satu pendukung perekonomian Indonesia yaitu adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang dimana UMKM ini diakui sebagai salah satu kontributor utama ekonomi, pertumbuhan lapangan kerja dan pembangunan. Melihat dari banyaknya masyarakat yang tersebar diberbagai pulau di Indonesia membuat Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) selain karena tingginya minat masyarakat dalam berwirausaha, sulitnya mencari lapangan pekerjaan, dan dorongan kebutuhan ekonomi yang menjadikan satu-satunya mata pencaharian dalam memenuhi kebutuhan mereka. Ketika perusahaan besar di Indonesia sedang mengalami keruntuhan, adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) lah yang mampu bertahan dan menjadi penolong perekonomian Indonesia serta diyakini dapat memperkuat ekonomi nasional yang berdampak pada penambahan lapangan pekerjaan, sumber pendapatan masyarakat, pemenuhan kebutuhan barang dan jasa, dan meningkatkan nilai tambah yang berdampak pada menurunnya angka kemiskinan, angka pengangguran dan pertumbuhan ekonomi.

Berdasarkan dari data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada tahun 2021, terdapat sekitar 64,2 juta pelaku UMKM

di Indonesia, sedangkan pada tahun 2022, jumlah pelaku UMKM bertambah sekitar 8,1 juta dengan total jumlah 72,3 juta, sehingga untuk beberapa tahun kedepan dapat diperkirakan jumlah pelaku UMKM akan terus meningkat setiap tahunnya.

Perekonomian Indonesia memiliki fondasi yang kuat jika UMKM dijadikan sebagai tulang punggung dan pelaku utama yang mampu bersaing dalam perekonomian Indonesia. Mengingat jumlah UMKM yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja yang sangat besar pula. Namun untuk mencapai itu semua, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus mampu menghadapi tantangan besar agar dapat bersaing dan mampu bertahan dengan produk-produk pesaing karena UMKM pastinya memiliki keterbatasan dan hambatan dalam mengadopsi teknologi baru di era ini seperti adanya revolusi internet yang mana hal tersebut merupakan instrumen dalam berkomunikasi antara penjual dan pembeli serta dapat mengubah strategi bisnis seseorang. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus memiliki keunggulan dalam menghadapi pasar global dengan cara menyesuaikan perkembangan teknologi yang semakin berkembang agar dapat bersaing di era globalisasi. Selain itu, juga dapat mendukung kinerja UMKM dan meningkatkan efisiensinya dengan melakukan kerjasama dengan manajemen operasional.

Teknologi informasi memiliki peran yang sangat besar karena dapat membantu manajemen dalam mengambil sebuah keputusan bisnis secara cepat dan tepat. Salah satu contoh kemajuan teknologi informasi yang sedang

berkembang pesat dan berpotensi untuk mendukung kemajuan UMKM adalah media sosial. Terdapat beberapa media sosial yang sedang trend saat ini antara lain Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, Telegram, Tiktok, Youtube dan lain-lain. Kemudahan yang diberikan media sosial terhadap UMKM tidak terbatas waktu dan jarak. Pelanggan dengan mudah dapat melihat apa saja produk yang ada tanpa harus datang ke toko offline lewat media sosial pelaku UMKM. Banyak sekali manfaat yang diberikan media sosial dalam membantu operasional UMKM seperti pemasaran produk, komunikasi dengan pelanggan dan supplier, membantu pemasaran produk dan jasa, dan masih banyak lagi. Namun adopsi penggunaan media sosial ini masih menjadi problem utama dalam proses adopsi teknologi bagi UMKM di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan minimnya pengetahuan dan keterampilan di bidang teknologi dan platform digital.

Dengan adanya sistem pemasaran digital ini (media sosial) diharapkan para pelaku UMKM untuk bisa lebih mengoptimalkan dan meningkatkan pengetahuan mengenai sistem pemasaran online produk-produk dari UMKM akan lebih dikenal oleh masyarakat dan pemesananpun bisa dilakukan secara online, sehingga dapat memudahkan pembeli dan pelaku UMKM dalam bertransaksi (Winarti, 2021). Penelitian yang ditulis oleh Purwidiatoro et al., (2016) yang menjelaskan bahwa UMKM yang berhasil meningkatkan penjualan hingga lebih dari 100% adalah UMKM yang mengadopsi media sosial sebagai ujung tombak pemasaran dan komunikasi informasi UMKM, selalu melakukan update informasi produk dan perusahaan setiap hari. Hal ini

berarti adanya kontribusi besar media sosial terhadap perkembangan UMKM. Selaras dengan penelitian yang ditulis oleh Putri & Ie, (2020) yang menjelaskan bahwa media sosial berpengaruh terhadap perkembangan UMKM.

Selain penggunaan media sosial, inovasi produk juga memiliki pengaruh dalam membantu tumbuh kembang UMKM. Inovasi produk merupakan salah satu hal penting di era persaingan bisnis saat ini. Pelaku UMKM diharapkan dapat menginovasikan produknya mengingat perubahan pasar yang dinamis agar tetap dapat mengikuti trend pasar. Selain itu, pelaku UMKM harus memiliki keahlian yang berbeda dalam menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Hal ini dikarenakan pelanggan tidak akan mengkonsumsi produk yang sama dalam waktu yang lama pula, umumnya seorang pelanggan akan mencari produk yang serupa dengan tingkat manfaat dan keuntungan yang lebih tinggi dalam rangka memuaskan hasrat mereka.

Para pelaku UMKM yang memiliki kemampuan/ ide yang kreatif dalam menginovasikan produknya akan lebih mampu bersaing di pasar. Bahkan inovasi yang dilakukan dapat menjadi daya tarik/ kekuatan tersendiri bagi perusahaan. Pelaku UMKM yang berhasil menginovasikan produknya sehingga sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pasar akan berdampak terhadap meningkatnya skala penjualan dan meningkatnya omset penjualan pada perusahaan. Di sinilah peran pentingnya inovasi produk. Ada banyak cara yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM dalam menginovasikan produknya seperti upgrade kualitas, upgrade packaging, mengubah strategi pemasaran, kebaruan produk, keunika produk bahkan nilai produk itu sendiri. Terdapat

pengaruh inovasi produk terhadap perkembangan UMKM yang dibuktikan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuliantoko, (2021) yang menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.

Pesatnya perkembangan teknologi memberikan pengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran pada transaksi bisnis. Sistem pembayaran yang mulanya menggunakan uang tunai dan tatap muka, kini berkembang menjadi pembayaran non tunai dan online. Hal ini disebut dengan pembayaran digital atau *digital payment*. Pemilihan *digital payment* dibandingkan dengan pembayaran tunai karena masyarakat yang ingin praktis, efektif dan mudah. Adanya penggunaan *digital payment* sebagai alat transaksi pembayaran juga didorong oleh beberapa faktor seperti adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang serba cepat, pertumbuhan ekonomi, dan tingkat pembangunan suatu negara (Widyayanti, 2019). Dalam penggunaannya, tentu lebih mudah dan nyaman sebab hanya menggunakan perangkat seluler dan jaringan internet. Kadangkala kemudahan yang diberikan oleh teknologi belum mampu dimanfaatkan oleh pelaku UMKM. Pelaku UMKM diharapkan untuk adaptif di era globalisasi ini karena kemajuan teknologi sangat cepat berubah. Beberapa manfaat dari adanya penggunaan *digital payment* dalam usaha yaitu menghadirkan transaksi jual beli yang lebih efisien, efektif dan ekonomis. Selain itu transaksi keuangan dapat dilakukan dimana saja dengan mudah, aman dan terkendali (Daud et al., 2022). Pembayaran pun dilakukan dengan uang elektronik (*e-money*) atau pembayaran non tunai yang dapat diakses melalui komputer atau handphone yang tentunya nyaman dan mudah digunakan. Penelitian terkait *digital payment* yang dilakukan oleh Marey &

Purwanto, (2020) menyatakan bahwa pembayaran digital dapat mengendalikan pengelolaan keuangan yang akuntabel dan nilai tambah otentik bagi keberhasilan pelaku UMKM dalam bersaing di pasar global, sehingga hal ini sejalan dengan peningkatan kinerja keuangan UMKM

Tabel 1.1

**Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Daerah Istimewa Yogyakarta
Tahun 2017- 2021 (Unit Usaha)**

Jenis Usaha	2017	2018	2019	2020	2021
Usaha Mikro	135,799	141,991	143,385	188,033	311,540
Usaha Kecil	62,042	64,896	65,533	58,980	16,069
Usaha Menengah	37,472	39,196	39,581	30,664	2,110
Jumlah UMKM	248,217	256,581	262,130	287,682	329,719

Sumber: Diolah dari berbagai sumber

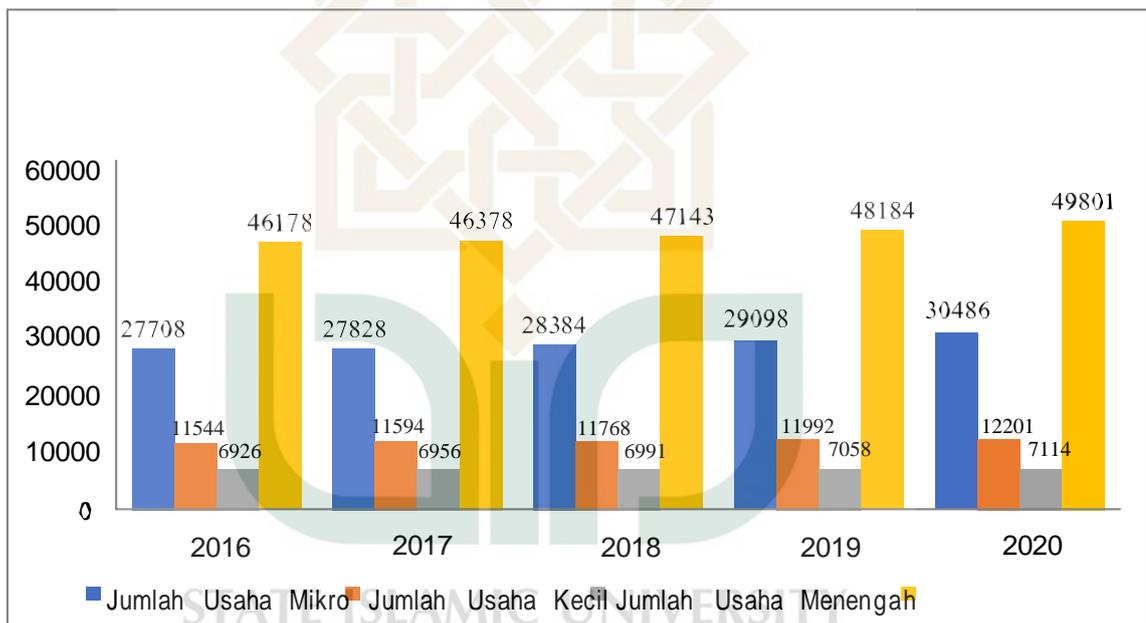
Berdasarkan pada tabel 1.1 perkembangan UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2017-2021 menunjukkan peningkatan jumlah unit usaha pada setiap tahunnya. Pada tahun 2017 jumlah UMKM sebesar 248.217 dan pada tahun 2021 mencapai 329.719. Hal tersebut berarti UMKM mampu berkembang dengan pesat pada setiap tahunnya walaupun pada awal tahun 2022 mengalami pandemi covid-19. Ketahanan UMKM ini diharapkan dapat membantu proses percepatan kestabilan ekonomi melalui pengurangan tingkat kemiskinan dan pemerataan pendapatan. Dinamika pemerataan pendapatan merupakan hakikat dari pertumbuhan ekonomi (Nadhifah & Wibowo, 2021).

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah diselatan pulau jawa yang memiliki jumlah UMKM yang banyak dan memiliki berbagai sektor

didalamnya. Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki 4 Kabupaten dan 1 kota yang masing- masing daerah memiliki ciri khas dan karakteristik tersendiri i dalam sektor UMKM. Gambar 1.2 menunjukkan jumlah sektor UMKM di Kabupaten Bantul.

Gambar 1.1

Klasifikasi Pertumbuhan Jumlah UMKM Yang terdiri dari jumlah usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah selama 5 tahun di Kabupaten Bantul

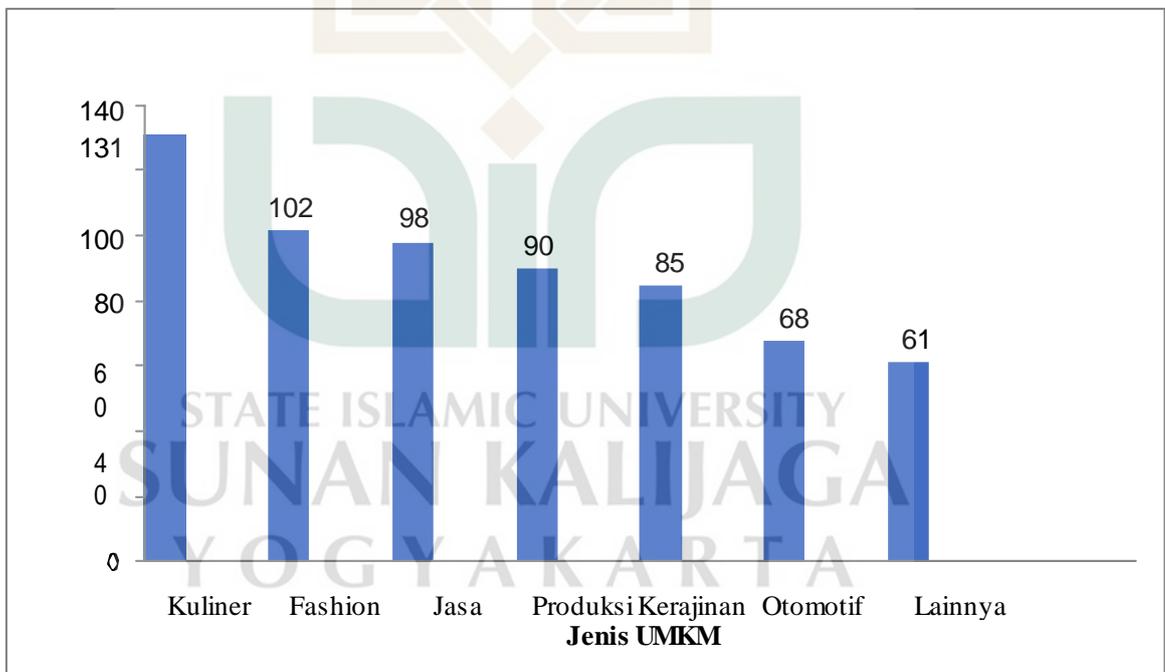


Sumber: Diolah dari berbagai sumber

Berdasarkan pada gambar 1.1 diatas, dapat kita lihat bahwa jumlah keseluruhan UMKM di Kabupaten Bantul mengalami peningkatan tiap tahunnya. Ini menandakan bahwa kesadaran masyarakat akan pentingnya berbisnis di era sekarang dengan bantuan teknologi yang serba mudah, cekatan dan efisien adalah kesempatan bagi mereka untuk membangun dan mengembangkan bisnis. Di tahun 2016 tercatat jumlah UMKM mencapai

46.178 dan mengalami kenaikan hingga 49.801 di tahun 2020. Ini bukanlah angka yang sedikit melainkan angka yang relatif banyak dimana sektor yang paling banyak terdapat dalam sektor usaha kuliner diikuti sektor usaha fashion kemudian kerajinan. Jumlah yang relatif banyak tersebut tidak lepas dari berbagai factor antara lain: letak geografis wilayah, asset yang dimiliki, keahlian pelaku usaha, digitalisasi UMKM dan faktor lainnya. Suatu usaha terbentuk dan berkembang tidak terlepas dari pelaku usahanya sendiri. Dimana pelaku usaha harus mempunyai tekad yang kuat, percaya diri, keinginan mengambil resiko, keinginan berinovasi, keinginan menambah wawasan dan pengalaman.

Gambar 1.2
Data rekap UMKM Kalurahan Wonokromo



Sumber : Data diolah

Berdasarkan pada tabel 1.2, dapat kita lihat jumlah rekap sektor UMKM Kalurahan Wonokromo. Kalurahan Wonokromo sendiri merupakan salah satu kalurahan yang ada di Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul yang unggul dalam

sektor UMKM. Pada tahun 2022, jumlah UMKM sendiri telah mencapai angka 635 unit usaha. Mengalami kenaikan dari tahun-tahun sebelumnya. Angka yang relatif banyak untuk ukuran UMKM di Kalurahan se-Kabupaten Bantul. Dimana sektor yang paling banyak terdapat dalam sektor kuliner dan fashion diikuti sektor jasa, produksi, kerajinan, otomotif dan lainnya.

Di era 4.0 ini juga pelaku UMKM dituntut untuk bisa memaksimalkan penggunaan teknologi yang ada dengan cara mentransformasikan usaha mereka ke ranah digital. Data dari Asosiasi *E-Commerce* Indonesia (idEa), telah tercatat sebanyak 21,8 juta UMKM sudah go digital pada tahun 2022. UMKM yang tidak bisa mengikuti perkembangan teknologi akan menjadikan teknologi sebagai sebuah ancaman yang nanti berdampak pada usahanya. Komunikasi yang dilakukan lewat teknologi antara pelaku usaha dan konsumen menjadikan jangkauan pemasaran mereka menjadi luas, tinggal bagaimana strategi yang dilakukan agar mampu bersaing dengan pelaku usaha yang lain. Ada banyak faktor- faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha menurut Christiana et al, (2014) inovasi produk sangat penting, semakin baik inovasi yang dilakukan maka akan mendorong perkembangan usaha yang semakin tinggi, menurut Purwiantoro et al., (2016) dengan memanfaatkan media sosial secara optimal dan secara konsisten melakukan update informasi dapat mengembangkan pangsa pasar dan meningkatkan produk dan menurut Namira, (2022) adanya digital payment memberikan pengaruh positif pada tingkat kinerja keuangan serta produktivitas UMKM.

Kalurahan Wonokromo sendiri merupakan salah satu kalurahan yang ada di Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul yang unggul dalam sektor UMKM. Banyaknya rumah-rumah produksi menjadikan UMKM di Kalurahan

Wonokromo memiliki ciri khas tersendiri misalnya produksi wedang uwuh, lempeng, batik dll yang hasilnya mampu dijadikan sebagai produk lokal kalurahan dan menjadi produk unggulan yang akan dikenal dalam skala daerah maupun nasional bahkan internasional. Di kalurahan Wonokromo khususnya UMKM Kalurahan Wonokromo memiliki kegiatan tahunan seperti Pasar Ramadhan Wonokromo dan Rabupungkasan. Bahkan Kalurahan Wonokromo sendiri sering mengadakan sosialisasi bagi UMKM agar mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi saat ini. Hal tersebut sangat menarik untuk diteliti mengenai sejauh mana proses adaptasi UMKM/ penggunaan terhadap kemajuan teknologi.

Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti bermaksud untuk mengangkat tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk, dan Digital Payment terhadap Perkembangan UMKM di Kalurahan Wonokromo Kabupaten Bantul”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah peneliti kemukakan dalam latar belakang masalah diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Media Sosial terhadap perkembangan UMKM di Kalurahan Wonokromo ?
2. Bagaimana pengaruh Inovasi Produk terhadap perkembangan UMKM di Kalurahan Wonokromo ?
3. Bagaimana pengaruh implementasi Digital Payment terhadap perkembangan UMKM di Kalurahan Wonokromo ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dilatar belakang masalah,

maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana pengaruh implementasi Media Sosial terhadap perkembangan UMKM di Kalurahan Wonokromo.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana pengaruh Inovasi Produk terhadap perkembangan UMKM di Kalurahan Wonokromo
3. Untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana pengaruh Digital Payment terhadap perkembangan UMKM di Kalurahan Wonokromo

D. Manfaat Penelitian

Menurut Sugiyono, (2010) manfaat penelitian merupakan jawaban dan dampak dari sebuah tujuan penelitian yang mana bertujuan untuk mendapatkan sistem pengetahuan untuk memahami, memecahkan, dan membuat langkah untuk mengatasi masalah yang diteliti. Manfaat penelitian dapat dibagi menjadi kategori yaitu Manfaat Teoritis dan Manfaat Praktis.

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu bentuk pengimplementasian ilmu yang telah didapat peneliti selama masa studi jenjang strata 1, serta untuk menambah wawasan dan pengalaman selama proses belajar yang diharapkan bisa memberikan manfaat kepada sesama.

b. Bagi pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau tambahan wawasan terkait dengan perkembangan UMKM yang ada di Kalurahan Wonokromo

2. Manfaat Praktis

c. Bagi Kalurahan Wonokromo

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian dan evaluasi bagi Kalurahan dimana sasaran penelitian ini mengarah ke UMKM yang ada di Kalurahan tersebut dan tentunya bisa menjadi saran dan masukan untuk elemen dari Kalurahan khususnya Jawatan Kemakmuran (Ulu- Ulu).

d. Bagi UMKM

Penelitian ini dapat dijadikan tambahan pengetahuan, informasi, masukan dan saran bagi para pelaku UMKM yang mana seperti kita ketahui bahwasanya UMKM merupakan salah satu usaha yang harus selalu siap menghadapi berbagai tantangan baik itu krisis, pandemic maupun tantangan perkembangan zaman yang lebih modern ini.

e. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan menjadi acuan dalam penelitian yang akan datang dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi terutama dalam konteks UMKM.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan

Kalijaga disusun secara otomatis, yang terbagi dalam lima bab pokok bahasan, antara lain:

Bab I. Bab ini berisi tentang Pendahuluan, yang membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II. Bab ini membahas mengenai Landasan Teori dan Kajian Pustaka, yang membahas mengenai landasan teori, kajian Pustaka, kerangka teoritik, dan pengembangan hipotesis. Landasan teori berisi mengenai teori dan konsep yang relevan dengan permasalahan serta bahasan hasil penelitian terdahulu. Kajian Pustaka memuat suatu kegiatan dalam hal mencari, membaca, menelaah penelitian terdahulu maupun laporan serta bahan Pustaka yang memuat teori yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Kerangka teoritik merupakan definisi yang berfungsi sebagai landasan untuk menjelaskan suatu fenomena berupa variable, serta alasan yang mendukung terjadinya hubungan tersebut. Dan hipotesis merupakan pernyataan *tentative*, dapat diuji dan bertujuan untuk memprediksi hasil melalui data empiric peneliti.

Bab III. Bab ini berisi tentang Metode Penelitian yang membahas mengenai desain penelitian, variable dan definisi operasional variable penelitian, populasi dan sampel, data, sumber data, dan Teknik pengumpulan, dan metode pengujian hipotesis (jika ada).

Bab IV. Bab ini membahas tentang Hasil dan Pembahasan, yang berisi tentang gambaran umum objek penelitian/sampel, analisis, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

Bab V. Bab ini berisi tentang Penutup, yang membahas mengenai

kesimpulan dan keterbatasan dan saran. Dalam kesimpulan berisi tentang simpulan atas pengujian hipotesis dan diskusi singkat atas hasil yang diperoleh. Kemudian dalam keterbatasan dan saran berisi tentang hal-hal yang menjadi kendala diluar batas kemampuan peneliti untuk menyajikan secara sempurna, sedangkan saran memuat ide-ide yang dapat dikembangkan untuk penelitian mendatang.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan analisis penelitian dengan judul “Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk, dan Digital Payment terhadap Perkembangan UMKM di Kalurahan Wonokromo” diatas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel media sosial (X1) berpengaruh secara signifikan/positif terhadap variabel Y (perkembangan UMKM). Yang artinya penggunaan media sosial dapat meningkatkan perkembangan UMKM. Hasil ini sekaligus sebagai jawaban terhadap rumusan masalah pertama, tentang bagaimana pengaruh dari media sosial terhadap perkembangan UMKM.
2. Variabel inovasi produk (X2) berpengaruh secara signifikan/positif terhadap variabel Y (perkembangan UMKM). Yang artinya bahwa adanya inovasi produk dapat mendorong peningkatan perkembangan UMKM. Hasil ini sekaligus sebagai jawaban terhadap rumusan masalah kedua, tentang bagaimana pengaruh dari inovasi produk terhadap perkembangan UMKM.
3. Variabel digital payment (X3) berpengaruh secara signifikan/positif terhadap variabel Y (perkembangan UMKM). Yang artinya bahwa penggunaan digital payment sebagai alat pembayaran non-tunai dapat memberikan kemudahan dan dapat meningkatkan perkembangan UMKM. Hasil ini sekaligus sebagai jawaban terhadap rumusan masalah ketiga, tentang bagaimana pengaruh dari penggunaan digital payment terhadap perkembangan

UMKM.

4. Hasil dari uji-F (simultan) menyatakan bahwasanya media sosial, inovasi produk, dan digital payment secara bersama-sama/simultan berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM.
5. Hasil dari uji koefisien determinasi diperoleh hasil bahwasanya variabel independen yang terdiri dari media sosial, inovasi produk, dan digital payment berpengaruh secara simultan terhadap perkembangan UMKM.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis dapat memberikan masukan dan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti berikutnya supaya dapat mencari variabel lain guna memperbaiki hasil analisis ini. Sehingga peneliti berikutnya akan mendapatkan hasil yang lebih kompleks dan signifikan untuk menjelaskan pengaruh apa saja terhadap perkembangan UMKM di Kalurahan Wonokromo.
2. Bagi peneliti berikutnya dapat menambahkan metode lain dalam pengumpulan data dengan tidak hanya menggunakan metode kuesioner. Misalnya menggunakan metode wawancara.
3. Bagi peneliti berikutnya juga untuk dapat memperluas cakupan wilayah sampel tidak hanya cakupan wilayah Kalurahan namun dapat lebih luas sehingga sampel jadi lebih spesifik dan beragam.
4. Bagi pelaku UMKM untuk senantiasa bekerja keras dan memanfaatkan teknologi masa kini dan mengembangkannya melalui teknologi tersebut dengan sebaik-baiknya sebagai bentuk upaya meningkatkan produktivitas UMKM

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Raselawati, O., & Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, J. (2011). *Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor Ukm Di Indonesia*.
- Agus Widarjono. 2018. *Ekonometrika Pengantar Dan Aplikasinya Disertai Panduan Eview*. Edisi kelima. Yogyakarta:UPP STIM YKPN Yogyakarta.
- Akademi Komunikasi BSI Jakarta, S. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Alam, S. S., & Mohammad Noor, M. K. (2009). ICT Adoption in Small and Medium Enterprises: an Empirical Evidence of Service Sectors in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 4(2), 112–125. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v4n2p112>
- Angraeni, Pratiwi, dkk. 2017. Analisis SWOT Pada UMKM Keripik Tempe Amel Malang Dalaam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, VOL 43 No. 1 Februari.
- Arief Chandra. 2005. *"Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga Terhadap Minat Beli Bandeng Presto"*. Skripsi. Semarang:Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta:Rineka Cipta.
- Armeh, H., Salarzahi, H., Yaghoobi, N. M., Heydari, A., & Nikbin, D. (2010). The Effects of Security and Privacy Information on Trust & Trustworthiness and Loyalty in Online Marketing in Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), 223–234. <https://doi.org/10.5539/ijms.v2n2p223>
- Aulia, P., Asisa, W., Dalianti, N., & Handa, Y. R. (2022). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment Terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Dinamik A*, 3(1), 23–50. <https://doi.org/10.18326/dinamika.v3i1.23-50>
- Avriyanti, S. (2022). Pengaruh Inovasi Dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 6(1) 61-73. <https://doi.org/10.35722/pubbis>
- Chandra, 2015. *Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Disiplin Kerja dan*

Kompetensi Pegawai terhadap Loyalitas serta Implikasinya pada Kinerja Pegawai Perkebunan Teh PTPN VIII Jawa Barat. Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 4 Nomor 2

- Christiana, Y., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2014). Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Pembinaan Usaha Dan Inovasi Produk Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Dan Menengah Batik Di Sentra Pesindon Kota Pekalongan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 3(4), 1–10.
- Dalimunthe, W. M., Inda, T., Rahma, F., Syarvina, W., Islam, E., Syariah, A., Uin, S., & Utara, S. (2023). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal Efektivitas Fintech Melalui Digital Payment terhadap Perkembangan UMKM di Indonesia*. 5(6), 3296–3306. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i6.1059>
- Daud, M. D., Kaparang, J. T., Wonggo, D., Damongilala, L. J., Palenewen, J. C. V, Makapedua, D. M., Reo, A. R., Unsrat, J. K., & Utara, S. (2022). *ANALISA MUTU MAKARONI TUNA (Thunnus albacares) KARBONARA. Sinta 4*, 17–22.
- Dhewanto, Wawan., Hedrati Dwi Mulyaningsih, Anggraeni Permatasari , Grisna Anggadwita dan Indriany Ameka., 2014. *Manajemen Inovasi: Peluang sukses menghadapi perubahan*. Yogyakarta
- Hendro. (2011). *Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Hermawan, H., & Damai, D. C. (2012). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Madiun. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Ekomaks*, 1(2), 29–38.
- Julianti, A., Fadilla, F., & Faizal, M. (2021). Analisis Penggunaan Media Sosial Facebook Dalam Perkembangan Umkm Gulo Puan Di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 1(2), 125–134. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v1i2.26>
- Kristiyanti, M. (2012). Peran indikator kinerja dalam mengukur kinerja manajemen. *Majalah Ilmiah INFORMATIKA*, 3(3), 103–123.
- Kotler, Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 14, Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Lathifah, Z., & Lubis, D. P. (2018). Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Perkembangan Usaha Kecil Dan Menengah Kecil Wilayah Solo Raya. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 75–88.
- Lintangsari, N. N., Hidayati, N., Purnamasari, Y., Carolina, H., & Ramadhan, W. F. (2018). Analisis Pengaruh Instrumen Pembayaran Non-Tunai Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan Di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi*

Pembangunan, 1(1), 47. <https://doi.org/10.14710/jdep.1.1.47-62>

Merrill, T. W. (2011). *Melms v. Pabst Brewing Co. and the Doctrine of Waste in American Property Law*. 1055.

Musthofa, M. A., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Uang Digital. *Jiagabi*, 9(2), 175–184.

Nadhifah, T., & Wibowo, M. G. (2021). Determinan Ketimpangan Pendapatan Masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(1), 39–52.

Namira, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat UMKM di Kota Padang Menggunakan e-Payment sebagai Metode Pembayaran. *Owner*, 6(1), 212–224. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.553>

Natalina, S. A., Zunaidi, A., & Rahmah, R. (2021). Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Strategi Survive UMKM Di Masa Pandemi di Kota Kediri. *ISTITHMAR : Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 5(2), 43–62. <https://doi.org/10.30762/itr.v5i2.3376>

Nurwahida, Susyanti, J., & Khoirul ABS, M. (2018). Pengaruh Pembiayaan Mikro Dengan Akad Murabahah Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Pada Bank Bri Syariah Kc Denpasar-Bali. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 39–51. www.fe.unisma.ac.id/email

Peterson, S. J., & Bredow, T. S. (2013). *Middle range theories*. China: Wolter Kluwer

Praditya, A. (2019). Pengaruh Media Sosial Dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis Online Shop. *JURNAL SeMaRaK*, 2(1). <https://doi.org/10.32493/smk.v2i1.2664>

Pram. (2016, March). Layanan E-Payment Bakal Marak di Indonesia. *Berita Bethel*. <https://www.beritabethel.com/artikel/detail/892>

Priyanto, Dwi. (2014). *Mandiri Belajar Analisis Duta dengan Spss*. Yogyakarta:Mediakom

Purwiantoro, M. H., Kristanto, D. F., & Hadi, W. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM). *AMIK Cipta Darma Surakarta*, 1(1), 30–39. <http://journal.amikomsolo.ac.id/index.php/ekacida/article/view/19/11>

Puspita, Y. C. (2019). Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi Ovo. *Jurnal Manajemen Informatika*, 09(02), 121–128. <https://jurnal-mahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-manajemen-informatika/article/view/29471/26993>

- Putri, Y. D., & Ie, M. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha UMKM di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 1106. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9896>
- Rahmana, A. (2009). Peranan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi. *Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, January 2009*.
- SA, M., & Ekawati, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Apartemen Green Bay di Jakarta Utara. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 17(1), 104–119. <https://doi.org/10.36769/asy.v17i1.67>
- Siregar, Doli. 2004. Manajemen Aset. Jakarta:Gramedia
- Soeharso, S. Y. (2020). *Psikologi Bisnis: Paradigma Baru Mengelola Bisnis*. Yogyakarta:Lautan Pustaka.
- Suci, Y. R. (2008). Penguatan Umkm. *Upp.Ac.Id*,6(1),1–31.
- Sukmadi. 2016. *Inovasi dan Kewirausahaan (Edisi Paradigma Baru Kewirausahaan)*. Bandung:Humaniora Utama Press.
- Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono, 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung:Alfabeta
- Supriatin, Febriyani Eka et al. 2022. *Aplikasi IBM SPSS 26 untuk Penelitian Perikanan*. Malang:UB Press
- Supriyanto, A. (2016). Dampak Media Sosial Pada Perkembangan UMKM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 7(November 2016), 100–109.
- Tella, A. (2012). Determinants of E-Payment Systems Success: A User's Satisfaction Perspective. *International Journal of E-Adoption*, 4(3), 15–38. <https://doi.org/10.4018/jea.2012070102>
- Tumpal Manik. (2019). ANALISIS PENGARUH TRANSAKSI DIGITALISASI UANG ELEKTRONIK TERHADAP CASHLESS SOCIETY DAN INFRASTRUKTUR UANG ELEKTRONIK SEBAGAI VARIABEL PEMODARASI. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia* , 2(2), 27–40. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v2i2.1714>
- Uliana, D., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., Studi, P., Administrasi, I., & Pemasaran, K. (2012). (*STUDI PADA STARBUCKS VIA*) *SKRIPSI*.

- Veronica, D., Winarni, E., & Soleh, A. (2020). Evaluasi Keberhasilan Penggunaan Dana Desa (Studi Kasus Desa Maju Jaya Kecamatan Pelepat Iilir, Kabupaten Bungo). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(2), 318. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i2.202>
- WARDININGSIH, S. S., & RETNO SUSANTI. (2017). Pengaruh Modal Kerja, Aset, Dan Omzet Penjualan Terhadap Laba Ukm Catering Di Wilayah Surakarta Suprihatmi Sri Wardiningsih Retno Susanti. *Pengaruh Modal Kerja, Aset, Dan Omzet 84 JPSB*,5(1), 10.
- Widyayanti, E. R. (2019). Terhadap peningkatan pendapatan pada ukm (studi pada ukm di daerah istimewa yogyakarta). *Jurnal Optimum*,9(1), 1–14.
- Winarti, C. (2021). Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Bisnis Seri Ke-4*, 1(1), 195–206. <https://pascasarjanafe.untan.ac.id/wp-content/uploads/2022/09/19.pdf>
- Yankova, I., & Ozuem, W. (2017). Social media and its implications for marketing communications. *Advertising and Branding: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, 251–270. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-1793-1.ch012>
- Yuliantoko. (2021). *Pengaruh Inovasi Produk, Modal Usaha, dna Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha (Studi Empiris UMKM di Kecamatan Kaliangkrik dan Bandongan)*. 1–57.