

ANALISIS PENGARUH PENGALAMAN USAHA, DIGITAL
MARKETING DAN AKSES PERMODALAN TERHADAP KINERJA UKM
(Studi pada UKM di Kabupaten Buleleng Bali).

Oleh :

Ketut Gunawan

ketut.gunawan.unipas@gmail.com

Nyoman Suandana

suandana@ymail.com

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Panji Sakti

e-mail : ketut.gunawan.unipas@gmail.com

Abstract

The performance of SMEs in Buleleng Regency has deteriorated. This is indicated by the weakening of capital investment, declining sales volume, declining operating profits to the termination of employment (PHK). This study aims to determine various factors that influence the performance of SMEs and the most dominant influential factors. Data was collected using a questionnaire on 101 respondents as business actors. The data were analyzed by Regression analysis and Dominant analysis. The results of the analysis showed that: 1). there is an influence of Business Actor Experience on SMEs Performance; 2). There is an influence of Digital Marketing on SMEs Performance; 3). There is an influence of Access to Capital on the SMEs Performance; 4). Simultaneously, the three independent variables have a positive and significant effect on SMEs Performance; 5). Access to capital variable is the most influential factor on SMEs Performance.

Keywords: Business Actor Experience, Digital marketing, Access to Capital and SMEs Performance.

Pendahuluan

UKM merupakan *critical engine* bagi perekonomian Indonesia, hal ini terindikasi dari sumbangannya terhadap Pembangunan meliputi : 1) kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61%; 2). penyerapan tenaga kerja mencapai 97% dari total penyerapan tenaga kerja nasional; total investasi di sektor UKM mencapai 60% dari total investasi nasional; kontribusi terhadap ekspor non migas nasional mencapai 16%. Begitu besar peran UKM bagi Pembangunan nasional sehingga pemerintah mengharapkan UKM semakin maju dan berkembang (Limanseto, 2022).

Pemerintah mengharapkan agar para pelaku usaha UKM dapat menerapkan digilitasi dalam bidang pemasaran. Melalui Digital Marketing diharapkan dapat

mempermudah dan mempercepat proses penjualan produk yang akan meningkatkan produktivitas kerja UKM (Anugrah, 2020).

Untuk meningkatkan peran UKM dalam pemulihan Ekonomi nasional pemerintah melalui Kementerian Koordinator bidang perekonomian melakukan strategi pengembangan UKM yang disertai dengan peningkatan akses pembiayaan UKM. Secara bertahap pemerintah meningkatkan akses perolehan modal kerja bagi UKM dari 18 % di tahun 2021, menjadi 20 % di tahun 2022 dan hingga tahun 2024 diharapkan sudah mencapai 30 % (Limanseto, 2022).

Demikian besar harapan pemerintah terhadap pengembangan UKM di tanah air, namun faktanya masih banyak UKM di Indonesia yang berada pada kondisi lemah. Kelemahan UKM terindikasi dari : 1) masih lemahnya kualitas SDM pelaku Usaha; 2). masih rendahnya akses permodalan; 3). masih lemahnya tata kelola/manajemen; 4). terbatasnya infrastruktur; 5). masih kurangnya kemampuan dalam akses pasar; 6). masalah lain yang menyangkut administrasi usaha (Amri, 2015). Hal ini menunjukkan terdapat kesenjangan antara harapan pemerintah dengan kondisi riil di Masyarakat.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Buleleng Bali. Hingga tahun 2022 jumlah UKM di Kabupaten Buleleng mencapai 49.661 unit usaha yang meliputi sektor usaha Perindustrian 6.356 unit, Sektor usaha Perdagangan 36.245 unit, sektor usaha Aneka Jasa 3.642 unit dan sektor usaha Pertanian dan non Pertanian 3.416 unit. Perkembangan UKM di Kabupaten Buleleng Bali dapat dilihat dalam Tabel 1.

Tabel 1 Perkembangan UKM di Kabupaten Buleleng Bali

Tahun	Sektor Perindustrian (unit)	Sektor Perdagangan (unit)	Sektor Aneka Usaha (unit)	Sektor Pertanian dan Non Pertanian (Unit)
2018	3.203	20.076	1.452	1.923
2019	3.213	20.158	1.455	1.927
2020	5.948	34.185	2.514	2.244
2021	6.166	35.130	2.692	3.217
2022	6.358	36.245	3.642	3.416

Sumber : Dinas Koperindag Kabupaten Buleleng Bali tahun 2022

Hasil studi pendahuluan menunjukkan bahwa Kinerja UKM di Kabupaten Buleleng mengalami penurunan di tahun 2021. Hal ini terindikasi dari penurunan penjualan rata-rata 61%; penurunan laba usaha rata-rata 61%, penurunan jumlah karyawan rata-rata 22% dan penurunan Permodalan rata-rata sebanyak 71,4% (Dinas Perdagangan Perindustrian dan Koperasi UKM Kabupaten Buleleng, 2022).

Kesenjangan antara harapan pemerintah dengan kondisi riil pada UKM di Kabupaten Buleleng Bali menyebabkan ketertarikan peneliti untuk mengetahui berbagai variabel yang berpengaruh terhadap Kinerja UKM di Kabupaten Buleleng Bali.

Pengalaman usaha merupakan penguasaan terhadap pengetahuan dan kerampilan yang terindikasi dari lama waktu keterlibatannya dalam usaha. Pengalaman merupakan guru yang terbaik. Orang yang memiliki pengalaman bisnis cenderung memiliki kompetensi dalam bisnis, sebaliknya orang yang tidak memiliki pengalaman bisnis sulit memajukan bisnis sehingga harus dipupuk secara kontinyu (Fransisca and Adiputra, 2019; Prena and Evitasari, 2019). Studi referensi dan penelitian sebelumnya menyatakan Pengalaman usaha Pelaku Usaha sangat berpengaruh terhadap kesuksesan dalam mengelola usaha yang terindikasi dari kinerja UKM.

Hasil studi lapangan menemukan bahwa permasalahan pertama adalah masih rendahnya pengalaman usaha pelaku usaha. Mencermati tabel 1 di atas nampak bahwa pertumbuhan UKM di Kabupaten Buleleng Bali selama lima tahun (2018 – 2022) mencapai rata-rata 3,11 % sektor usaha Perindustrian, 3,17 % sektor usaha Perdagangan, 26,08 di sektor usaha Aneka Jasa dan 5,82 % di sektor Pertanian dan Non Pertanian. Ini menunjukkan adanya pendatang baru pelaku usaha meliputi sektor usaha Perindustrian sebanyak 3.155 Pelaku Usaha, sektor usaha Perdagangan sebanyak 16.169 Pelaku Usaha, sektor usaha Aneka Usaha sebanyak 2.190 Pelaku Usaha dan sektor usaha pertanian dan non pertanian sebanyak 1.493 Pelaku Usaha. Sebagai pelaku usaha baru tentunya memiliki pengalaman usaha yang masih rendah. Akibatnya Kualitas Produksi kurang baik, kontinuitas usaha

tidak berjalan dengan baik serta tidak adanya standar kualitas atas produk yang dihasilkan yang berdampak terhadap kinerjanya.

Digital Marketing saat ini menjadi pilihan strategi pemasaran bagi dunia usaha. Di Era ini informasi sangat mudah dan cepat untuk didapatkan serta disampaikan. *Digital Marketing* merupakan pemasaran barang dan jasa melalui internet antara lain : pemasaran-i, *e marketing*, *web marketing*, *on line marketing* atau *e-commerce* (Nurmalasari *et al.*, 2022; Saputra, Rif'ah and Andrianto, 2023). *Digital marketing* merupakan kegiatan dibidang pemasaran yang memanfaatkan *platform* yang ada di internet dalam menjangkau para target konsumen. Selain itu digital marketing diartikan sebagai pemasaran produk atau jasa melalui *internet* atau disebut dengan pemasaran-i, *web marketing*, *online marketing*, *e-marketing*, atau *e-commerce* (Hapsari, Usman and Vuspitasari, 2023). Beberapa keuntungan yang diperoleh pelaku usaha dengan digital marketing antara lain : 1) Biaya pemasaran relatif murah; 2) Muatan informasi berfungsi sebagai riset pasar secara langsung; 3). Memperoleh respon yang cepat dari konsumen; 4). Kualitas layanan menjadi lebih baik; 5) Proses distribusi menjadi lebih mudah (Ariyanto *et al.*, 2021).

Hasil studi lapangan menemukan masih rendahnya akses pelaku usaha terhadap pasar. Pasar sasaran lebih banyak mengandalkan pasar lokal dan masih belum tersentuhnya digital marketing. Hal ini disebabkan oleh masih rendahnya pemahaman terhadap strategi pemasaran dan pemahaman pelaku UKM terkait perkembangan teknologi dan informasi.

Modal merupakan salah satu komponen input yang sangat penting bagi UKM untuk operasional usaha. Namun tidak mudah bagi pelaku usaha untuk melakukan akses terhadap modal kerja karena kendala tingkat bunga yang terlalu tinggi dan ketersediaan jaminan yang sering kali tidak tersedia oleh UKM (Firdaus and Makhtum, 2023). Seorang pelaku usaha dituntut untuk dapat mengakses modal yang memadai dan berkualitas terutama biaya atas modal yang dapat memberikan nilai tambah bagi usaha yang dilaksanakan.

Studi lapangan menemukan masih rendahnya akses terhadap permodalan. Pelaku UKM belum mampu untuk membuat administrasi keuangan, sehingga akses data terhadap asset, serta data keuntungan usaha susah diperoleh sehingga sulit

memperoleh kepercayaan pihak kreditur. Hal ini mengakibatkan volume usaha dan skala usaha yang dimiliki relatif kecil dan tidak berkembang (Irhamni *et al.*, 2023).

Dengan memperhatikan ketiga variabel yang dipandang berpengaruh terhadap Kinerja UKM maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan antara lain : 1). Untuk mengetahui pengaruh Pengalaman usaha terhadap Kinerja UKM; 2) Untuk mengetahui pengaruh Digital Marketing terhadap kinerja UKM; 3). Untuk mengetahui pengaruh Akses Permodalan terhadap Kinerja UKM; 4) Untuk mengetahui pengaruh secara simultan Ketiga variabel terhadap kinerja UKM; 5). Untuk mengetahui Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Kinerja UKM.

Tinjauan Pustaka

Pengalaman Usaha.

Arti Pengalaman Usaha.

Pengalaman usaha lebih banyak melihat pelaku usaha dari aspek senioritas atau lama tidaknya seseorang sebagai pelaku usaha. Berdasarkan pengalaman waktu sebagai pelaku usaha seseorang akan memperoleh pengetahuan, keterampilan dan kemampuan yang semakin meningkat seiring berjalannya waktu. Pengalaman SDM sebagai penguasaan terhadap pengetahuan dan keterampilan yang terindikasi dari lama waktu keterlibatannya dalam usaha (Nafisatul Ilim *et al.*, 2023). Pengalaman sebagai pemicu potensi seseorang yang dapat meningkatkan tingkah laku organisme seorang pelaku usaha yang dapat menghasilkan cara kerja yang lebih efektif dan efisien (Kirani, 2023; Kitta, Nurhaeda and Idris, 2023). Dari kedua pendapat di atas dapat dikatakan bahwa pengalaman usaha sebagai pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola usaha yang dapat menghasilkan cara kerja yang efektif dan efisien.

Faktor Faktor yang berpengaruh terhadap Pengalaman usaha.

Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap pengalaman usaha antara lain : 1). Latar belakang pribadi; 2) Bakat dan minat, 3). Sikap dan kebutuhan; 4). Kemampuan-kemampuan analitis 5. Keterampilan dan kemampuan

teknik, untuk menilai kemampuan dalam pelaksanaan aspek-aspek teknik pekerjaan (Pitriyani and Halim, 2020).

Indikator Pengalaman Usaha

Indikator pengalaman usaha dapat mencakup berbagai aspek yang menggambarkan sejauh mana sukses dan berkembangnya suatu usaha. Beberapa indikator pengalaman usaha antara lain: 1). Keterlibatan dengan kegiatan wirausaha sebelumnya. Hal ini terindikasi dari pengalaman yang diperoleh pada kegiatan usaha dimasa lalu; 2). Pengalaman dalam pemasaran; 3) experiential marketing, yang diperoleh dari peristiwa-peristiwa yang pribadi karena stimulus tertentu atas penjualan dimasa lalu (Pitriyani and Halim, 2020; Ananda and Fitri, 2023; Deswanti *et al.*, 2023). Disamping itu, indikator pengalaman usaha meliputi : 1) lama waktu masa kerja, terindikasi dari masa kerjanya hingga berhasil dengan baik ; 2). Tingkat pengetahuan dan keterampilan, terindikasi dari pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki; 3) penguasaan terhadap pekerjaan, terindikasi dari penguasaan terhadap peralatan dan Teknik pekerjaan (Fransisca and Adiputra, 2019; Deswanti *et al.*, 2023; Kirani, 2023).

Digital Marketing.

Arti Digital Marketing.

Digital Marketing sebagai usaha menyebar luaskan informasi atas produk atau jasa melalui internet (Oktaviani and Rustandi, 2018; Rahmayanie *et al.*, 2022; Darnita and Triadi, 2023). Digital Marketing merupakan filosofi baru dalam bisnis modern terhadap pemasaran produk atau jasa melalui internet (Saura, Palacios-Marqués and Ribeiro-Soriano, 2023). Digital Marketing juga sebagai usaha hasil evolusi pemasaran melalui media digital (Jadhav, Gaikwad and Bapat, 2023) dan sebagai usaha pemasaran dengan mempergunakan beberapa media antara lain blog, website, e-mail, awards dll (Amiri, Kushwaha and Singh, 2023). Pemasaran di era modern dengan menggunakan media sosial melalui internet merupakan ciri khas dari digital marketing.

Indikator Digital Marketing

Yazer Nasdini menyatakan indikator Digital Marketing antara lain : 1). Aksesibilitas; 2). Interaktivitas; 3). Hiburan; 4). kepercayaan; 5) informatif(Aryani, 2021).Digital Marketing juga memiliki tiga indikator meliputi :1). Tanda (Traffic) yang terlihat dari pengunjung trafik; 2). Konversi (Conversion) yang terlihat dari apa yang dilakukan pengunjung; 3). Hubungan (Engagement) yang terlihat dari jarak antara pelanggan dengan pelanggan lainnya(Muljono, 2018).

Faktor Faktor yang berpengaruh terhadap Digital Marketing

Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap Digital Marketing antara lain : 1. Analisis Situasi, yang dapat dilihat dari SWOT Analisis yang meliputi kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang; 2). Strategi Perencanaan E Marketing, yang nampak dari langkah dalam mengevaluasi dan menganalisis peluang pasar; 3. Tujuan, yang nampak dari apa yang ingin dicapai; 4). Strategi e-marketing, yang nampak dari strategi dan hubungan manajemen terhadap pruduk, harga, saluran distribusi dan promosi; 5). Rencana Pelaksanaan, yang nampak dari rencana pelaksanaan yang dibuat; 6). Anggaran, yang nampak dari rencana biaya seluruh kegiatan; 7). Rencana Evaluasi yang nampak aktifitas evaluasi atas ketercapaian rencana(Aryani, 2021; Dwiyana, Alfiana and Budiantono, 2023; Jadhav, Gaikwad and Bapat, 2023; Saura, Palacios-Marqués and Ribeiro-Soriano, 2023).Disampingitu,digital Marketing dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain: 1). Sasaran Pasar, yaitu target pasar yang dituju; 2). Teknologi, yaitu dukungan teknologi yang memadai; 3). Konten, yaitu hal yang menunjukkan perbedaan dengan Perusahaan lainnya; 4). Anggaran; ketersediaan dana untuk mendukung aktifitas; 5). Media sosial, yitu jejaring sosial yang memadai(Aryani, 2021; Sudirjo *et al.*, 2023)

Akses Permodalan

Arti Akses Permodalan

Istilah akses permodalan berasal dari dua kata yaitu akses dan modal. Dalam kamus Bahasa Indonesia yang dimaksud dengan akses adalah jalan masuk. Modal

mengandung arti uang yang dibutuhkan untuk menghasilkan sesuatu dan menambah kekayaan. Akses permodalan mengandung arti jalan masuk bagi wirausaha untuk mendapatkan uang, barang untuk menghasilkan sesuatu (Muharam *et al.*, 2023; Ramadhani, Hanifah and Wajdi, 2023). Akses permodalan mengandung arti kemampuan untuk memperoleh modal dengan mengantisipasi kendala dari berbagai sumber modal dengan biaya serta persyaratan yang dibutuhkan (Anggraeny, 2023). Berdasarkan uraian di atas dapat dikatakan Akses Modal merupakan kemampuan para pelaku usaha untuk mendapatkan modal dari berbagai sumber untuk memenuhi kebutuhan usahanya.

Faktor Faktor yang berpengaruh terhadap Akses Permodalan.

Akses permodalan bagi calon kreditur dipengaruhi oleh 5 faktor antara lain : 1). Kepercayaan, yaitu *tract record* calon debitur dimasa lalu serta ekspektasi dimasa yang akan datang; 2). Kesepakatan, yaitu kesepakatan atas hak dan kewajiban yang tertuang dalam perjanjian; 3). Jangka Waktu, lama waktu pengembalian dana yang diberikan; 4). Resiko, yaitu tidak tertagih atau macetnya kredit; 5). Balas Jasa, yaitu perolehan bunga bagi kreditur (Kasmir, 2008). Disamping itu, terdapat faktor terhadap akses permodalan antara lain : 1). Watak, yaitu watak dari pelaku usaha; 2). Modal, yaitu jumlah modal sendiri; 3). Capacity, yaitu kemampuan yang dimiliki pelaku usaha; 4). Jaminan, yaitu harta yang dijaminan pelaku usaha; 5). Kondisi Ekonomi, yaitu keadaan ekonomi; 6). Constraint, yaitu batas dan hambatan yang tidak memungkinkan suatu bisnis untuk dilaksanakan pada tempat waktu (Hardinata, 2014).

Indikator Akses Permodalan

Kepercayaan terhadap akses permodalan bagi debitur antara lain : 1) Kejujuran, yaitu kejujuran yang dimiliki debitur berdasarkan pengalaman dimasa lampau; 2) Kebajikan, yaitu tindakan yang lebih mengutamakan kepentingan umum; 3) Kompetensi, yaitu pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki debitur (Andayani *et al.*, 2022). Disamping itu, indikator kepercayaan terhadap akses

permodalan antara lain : 1) *Brand Reliability*, Yaitu jasa yang sesuai dengan harapan, kepercayaan pada produk dan jaminan kepuasan; 2). *Brand intentions*, kejujuran dalam menyelesaikan masalah(Tjiptono, 2014). Empat indikator lainnya dari kepercayaan atas akses permodalan antara lain : 1). Kehandalan, yaitu ketepatan dalam memenuhi perjanjian; 2). Kejujuran, yaitu kejujuran yang dimiliki debitur berdasarkan pengalaman dimasa lampau; 3). Kepedulian, yaitu sikap keberpihakan debitur untuk melibatkan diri dalam persoalan; 4. Kredibilitas, yaitu dapat dipercaya(Murdayah, Hidayati and Khoirul, 2023).

Kinerja UKM.

Arti Kinerja UKM.

Aribawa (2016) menyatakan Kinerja UKM sebagai hasil kerja yang dicapai seseorang atau organisasi dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, kesungguhan serta waktu.

Undang-Undang RI Nomor. 20 Tahun 2008 tentang UMKM menyatakan: Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan memiliki

Kriteria UKM yang memiliki omzet usaha Rp. 300.000.000 – 2.500.000.000 dan aset atau kekayaan bersih Rp 50.000.000 – Rp 500.000.000. Sedangkan Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang Perusahaan yang memiliki omzet dari usahanya sebesar Rp. 2.500.000.000 – Rp 50.000.000.000 dan kekayaan bersih minimal sebanyak Rp. 500.000.000 – Rp 10.000.000.000.

Badan Pusat Statistik Nasional (BPS) memberikan arti Usaha Kecil sebagai entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d. 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang.

Indikator Kinerja UKM

Markoviks (2005) menyatakan Kinerja UMKM dicirikan oleh sejumlah aspek internal perusahaan yang meliputi: 1).Keahlian atau tingkat pendidikan pekerja; 2).Keahlian pengusaha; 3).Ketersediaan modal; 4).Sistem organisasi dan

manajemen yang baik (sesuai kebutuhan bisnis); 5). Ketersediaan teknologi untuk produksi; 6). Ketersediaan informasi untuk pemasaran; 7). Ketersediaan input-input lainnya seperti energi, bahan baku, dll yang menunjang kegiatan produksi.

Menurut Aribawa (2016) dalam penelitiannya pengukuran variabel kinerja menggunakan 5 pernyataan pengukuran yang meliputi : 1). Pertumbuhan Penjualan; 2). Pertumbuhan Modal; 3). Pertumbuhan Tenaga Kerja; 4). Pertumbuhan Keuntungan; 5). Pertumbuhan pasar.

Pengaruh Pengalaman usaha terhadap Kinerja UKM

Semakin berpengalaman pelaku usaha akan berpengaruh terhadap keberhasilan usahanya (Tambunan, 2019). Hal ini disebabkan karena keterlibatan secara langsung pelaku usaha dalam bidang produksi, keuangan, personalia dan pemasaran usaha akan membuat semakin berpengalaman sehingga kinerja akan semakin baik. Iskandar menyatakan Pengalaman adalah salah satu faktor yang mempengaruhi terhadap kewirausahaan (Iskandar and Safrianto, 2020). Pengalaman usaha berpengaruh positif terhadap terbentuknya wirausaha yang berhasil (Meyanti, Sutajaya and Sudiarta, 2023). Hal ini terindikasi dari sikap dan niat untuk berusaha yang lebih tinggi. Berdasarkan ketiga pendapat di atas maka dapat dikatakan terdapat pengaruh pengalaman usaha terhadap Kinerja UKM, semakin lama pengalaman usaha akan semakin meningkat kinerja UKM. Hasil penelitian menyimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan Pengalaman usaha terhadap Kinerja UKM (Ananda and Fitri, 2023).

Pengaruh Digital Marketing terhadap Kinerja UKM

Hasil penelitian menyimpulkan terdapat pengaruh Digital Marketing terhadap Kinerja UMKM (Nurmalasari *et al.*, 2022; Dwiyana, Alfiana and Budiantono, 2023; Sudirjo *et al.*, 2023). Penerapan strategi pemasaran melalui platform online seperti media sosial, website, dan email menjadi kunci utama dalam meningkatkan eksposur UMKM secara menyeluruh. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat mencapai target pasar dengan lebih efisien dan meluas, membuka peluang penetrasi yang lebih besar (Saputra, Rif'ah and Andrianto, 2023). Selain itu, interaksi langsung dengan pelanggan melalui platform digital memungkinkan UMKM untuk membangun relasi yang erat, menggali

umpan balik yang berharga, dan menyesuaikan strategi pemasaran secara lebih tepat(Hapsari, Usman and Vuspitasari, 2023).

Pengaruh Akses Permodalan terhadap Kinerja UKM

Hasil penelitian Suardana (2020) menyimpulkan Akses permodalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Akses yang memadai terhadap permodalan menjadi faktor penentu utama yang dapat memberikan dampak signifikan terhadap kemajuan dan pertumbuhan UKM(Anggraeny, 2023). UKM yang memiliki akses permodalan yang cukup cenderung lebih siap menghadapi tantangan finansial dan dapat lebih fleksibel dalam mengelola perubahan kondisi pasar. Kemampuan untuk mengelola likuiditas, memenuhi kewajiban keuangan, dan berinvestasi dalam kebutuhan operasional menjadi kritis untuk menjaga kinerja UKM dalam jangka panjang(Muharam *et al.*, 2023).

Pengaruh Pengalaman Usaha, Digital Marketing dan Akses Permodalan terhadap Kinerja UKM.

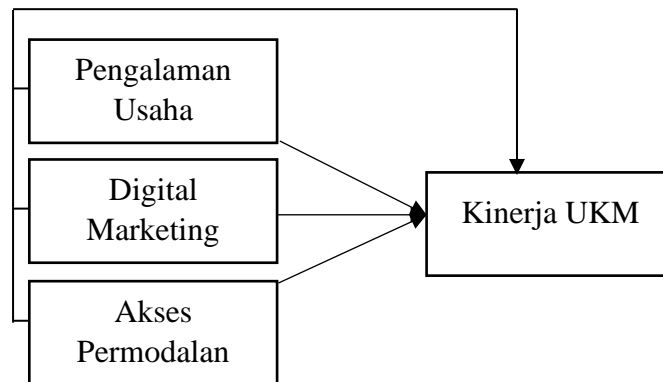
Kajian teori serta dukungan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya dapat dikatakan bahwa semakin tinggi pengalaman usaha akan semakin tinggi tingkat keberhasilannya dalam mengelola usaha, semakin luas jangkauan pasar melalui digital marketing akan semakin meningkat keberhasilan usahanya, serta semakin tinggi kemampuan akses permodalan akan semakin meningkat usaha yang dilakukan.

Faktor Dominanatas Kinerja UKM.

Dintara Ketiga Variabel Pengalaman Usaha, Digital Marketing dan Akses Permodalan sama-sama berperan penting dalam mendukung keberhasilan pelaku usaha UKM.

Hasil penelitian manghasilkan Akses Permodalan memberikan pengaruh koefisien yang paling tinggi berpengaruh terhadap Kinerja UKM dibandingkan dengan variabel bebas lainnya(Suardana and Musmini, 2020; Rahmayani *et al.*, 2023; Wulandari, Agustono and Adi, 2023).

Berdasarkan pengaruh antar variabel di atas maka dapat dibuat kerangka konseptual seperti dalam gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1 : Kerangka Konseptual

Hipotesis.

Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan Pengalaman Usaha terhadap Kinerja UKM

Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan Digital Marketing terhadap Kinerja UKM.

Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan akses permodalan terhadap Kinerja UKM.

Hipotesis 4 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan Pengalaman Usaha, Digital Marketing dan Akses Permodalan terhadap Kinerja UKM.

Hipotesis 5 : Akses Permodalan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Kinerja UKM.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi Linier Berganda dibuat untuk mengetahui model hubungan antar variabel penelitian apakah hubungan positif atau negatif. Hasil analisis dapat dilihat dalam tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.511	.493		5.088	.000
	Pengalaman Usaha	.171	.080	.194	2.126	.036
	Digital Marketing	.214	.079	.239	2.728	.008
	Akses Permodalan	.367	.069	.482	5.337	.000
A. Dependent Variable: Kinerja UKM						

Sumber: Data Diolah 2023

Model regresi berganda menggunakan formula $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$. Berdasarkan Tabel 2 di atas maka dapat dibuat model regresi berganda dengan formula $Y = 2,511 + 0,171 X_1 + 0,214X_2 + 0,367 X_3$. Maksud dari persamaan ini adalah : Y merupakan Kinerja UKM; a merupakan Konstranta, jika variabel bebas konstan atau sama dengan nol maka kinerja UKM = 2,511; b_1 = Nilai koefisien X_1 , yang menunjukkan semakin meningkat pengalaman usaha satu-satuan akan meningkatkan Kinerja UKM sebesar 0,171 satuan sepanjang variabel bebas lainnya konstan atau sama dengan nol; b_2 merupakan nilai koefisien X_2 , yang menunjukkan semakin meningkat Digital Marketing satu satuan akan meningkatkan Kinerja UKM sebesar 0,214 satuan sepanjang variabel bebas lainnya konstan atau sama dengan nol; b_3 merupakan nilai koefisien X_3 , yang menunjukkan semakin meningkat Akses Permodalan satu satuan akan meningkatkan Kinerja UKM sebesar 0,367 sepanjang Variabel bebas lainnya konstan atau sama dengan nol.

Pengujian Hipotesis

Analisis Uji T (T-test)

Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Pengalaman usaha, Digital Marketing dan Akses Permodalan terhadap Kinerja UKM digunakan Uji T. Sebagai pedoman dapat dilihat dalam tabel 3 di bawahini. Tabel 3 Hasil analisis data menggunakan uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.511	.493		5.088	.000
Pengalaman Usaha	-.171	.080	-.194	-2.126	.036
Digital Marketing	.214	.079	.239	2.728	.008
Akses Permodalan	.367	.069	.482	5.337	.000

a. Dependent Variable: KINERJA UKM

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan (Sig) Variabel Pengalaman Usaha, Digital Marketing dan Akses Permodalan memperoleh hasil masing masing 0,036; 0,008 dan 0,000 < 0,05.

Analisis Uji F (F-test)

Untuk mengetahui apakah secara simultan ketiga variabel bebas (Pengalaman usaha, Digital Marketing dan Akses Permodalan) berpengaruh positif signifikan atau tidak digunakan Uji F. Sebagai pdoman dapat dilihat dalam tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Hasil analisis data menggunakan uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.652	3	1.217	12.345	.000 ^b
	Residual	9.468	96	.099		
	Total	13.120	99			

a. Dependent Variable: Kinerja UKM
b. Predictors: (Constant), Akses Permodalan, Digital Marketing, Pengalaman Usaha

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan (Sig) Variabel Pengalaman Usaha, Digital Marketing dan Akses Permodalan memperoleh hasil masing masing 0,000 < 0,05.

Uji Dominan

Untuk mengetahui variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Kinerja UKM digunakan *Beta Coefficient* yang paling besar. Hasil olah data SPSS for windows versi 27.0 terhadap nilai koefisien Beta tersebut dapat dilihat dalam tabel 5 di bawah ini.

Tabel 5 Hasil analisis uji dominan

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.447	.498		4.918	.000
	Pengalaman Usaha	.150	.082	.170	1.823	.041
	Digital Marketing	.204	.079	.227	2.589	.011
	Akses Permodalan	.372	.071	.488	5.241	.000

a. Dependent Variable: Kinerja UKM

Sumber: Data Diolah 2023

Hasil Uji statistik pada Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai koefisien beta Pengalaman Usaha, Digital Marketing dan Akses Permodalan masing masing dengan nilai 0,170; 0,227; 0,488. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Kinerja UKM adalah Akses Permodalan.

Pembahasan

Pengaruh Pengalaman Usaha terhadap Kinerja UKM.

Hasil analisis menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan Pengalaman Usaha terhadap Kinerja UKM. Hipotesis pertama telah dapat dibuktikan atas nilai signifikansi $0,036 < 0,05$. Hal ini dapat dimaknai bahwa Pengalaman Usaha sangat diperlukan dalam rangka meningkatkan Kinerja UKM. Lama waktu masa kerja, Pengetahuan dan Keterampilan serta Penguasaan terhadap peralatan untuk pekerjaan yang merupakan indikator Pengalaman Usaha berbanding lurus dengan Kinerja UKM. Berarti seorang pelaku usaha harus memulai dari bawah bekerja dan menekuni usahanya hingga berhasil dengan baik sebelum menjadi pelaku usaha. Hal yang tidak kalah penting harus secara terus

menerus meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pada bidang usahanya agar dapat memimpin pekerjanya dengan baik. Seorang pelaku usaha juga harus menguasai pekerjaan terutama menguasai komponen input, proses pekerjaan hingga output atas hasil kerja. Pengalaman Usaha juga membantu pelaku usaha untuk beradaptasi atas ancaman yang sering mengganggu UKM. Hasil Penelitian ini sejalan dengan pengaruh positif dan signifikan pengalaman usaha terhadap Kinerja UMKM (Trisnawati, Utomo and Styaningrum, 2019; Iskandar and Safrianto, 2020; Ananda and Fitri, 2023; Helpi, Adil and Suardi, 2023).

Pengaruh Digital Marketing terhadap Kinerja UKM.

Hasil analisis menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan Digital Marketing terhadap Kinerja UKM. Ini berarti Hipotesis kedua yang menyatakan : terdapat pengaruh positif dan signifikan Digital Marketing terhadap Kinerja UKM telah dapat dibuktikan atas nilai signifikansi $0,011 < 0,05$. Lima Indikator Digital Marketing yang meliputi : 1). Aksesibilitas; 2). Interaktivitas; 3). Hiburan; 4). kepercayaan; 5) informatif berbanding lurus dengan Kinerja UKM. Hal ini mengandung makna bahwa : 1). Pelaku usaha dituntut untuk dapat memberikan kemudahan agar konsumen dapat menjangkau lokasi usaha dengan mudah. Dukungan teknologi digital antara lain : *Facebook, Twitter, Instagram, Path, Kaskus, Google+, Market Place* dan *Blog* dapat dipilih agar konsumen dapat mengakses Perusahaan dengan cepat dan mudah; 2). Pelaku Usaha harus mampu berinteraksi, baik sebagai komunikator maupun komunikasi dalam memasarkan hasil produksi atau jasanya; 3). Hiburan melalui aplikasi *live streaming* dengan konten berjualan produk secara online perlu untuk pemasaran modern sekarang ini; 4). Kepercayaan perlu dibangun agar konsumen tidak khawatir menjadi pelanggan; 5). Untuk mempercepat penyampaian informasi kepada konsumen pelaku usaha harus memilih media on line berupa gambar maupun tulisan yang memberikan informasi misalnya membuat website tentang Perusahaan jika mampu.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menyimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan Digital Marketing terhadap Kinerja

UMKM(Oktaviani and Rustandi, 2018; Hili, 2022; Chusumastuti, Zulfikri and Rukmana, 2023; Sudirjo *et al.*, 2023).

Pengaruh Akses Permodalan terhadap Kinerja UKM

Hasil analisis menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan Akses Permodalan terhadap Kinerja UKM. Ini berarti Hipotesis ketiga yang menyatakan : terdapat pengaruh positif dan signifikan Akses Permodalan terhadap Kinerja UKM telah dapat dibuktikan atas nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Indikator Akses Permodalan yang meliputi :1). Ketersediaan informasi; 2).Prosedur Kredit;3). Jaminan; 4).Peraturan kredit berbanding lurus dengan Kinerja UKM. Hal ini mengandung arti agar akses permodalan dapat diperoleh seorang pelaku usaha harus mendapatkan informasi yang seluas luasnya terhadap ketersediaan modal yang ada di Masyarakat. Prosedur Kredit harus diikuti pelaku usaha sehingga modal usaha dapat diperoleh. Pelaku Usaha harus memiliki jaminan baik jaminan harta benda maupun jaminan kepercayaan untuk dapat mengakses permodalan. Peraturan Kredit harus dipahami pelaku usaha agar dapat mengakses modal dengan mudah. Apabila keempat indikator ini dilaksanakan dengan baik maka Pelaku usaha akan mudah melakukan akses terhadap permodalan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyimpulkan Akses Permodalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM(Sulistiogo, 2019; Suardana and Musmini, 2020; Dewi and Masdiantini, 2023; Ramadhani, Hanifah and Wajdi, 2023).

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Pengalaman Usaha terhadap Kinerja UKM.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Digital Marketing terhadap Kinerja UKM.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Akses Permodalan terhadap Kinerja UKM.

4. Terdapat pengaruh secara simultan Pengalaman Usaha, Digital Marketing dan Akses Permodalan terhadap Kinerja UKM.

5. Akses Permodalan merupakan Variabel yang paling dominan memengaruhi Kinerja UKM.

Saran saran.

Berdasarkan simpulan di atas maka dapat disampaikan beberapa saran perbaikan bagi PDAM Kabupaten Buleleng sebagai berikut :

1) Pengalaman Usaha, Digital Marketing dan Akses Permodalan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Kinerja UKM. Untuk itu disarankan agar Pemerintah Daerah memelihara dan meningkatkan kemampuan Pelaku Usaha, mendorong untuk terciptanya Digital Marketing dan meningkatkan akses permodalan bagi UKM.

2) Akses Permodalan merupakan faktor dominan bagi Kinerja UKM. Disarankan agar Pemerintah dan Lembaga Keuangan memberikan akses permodalan yang lebih besar agar Kinerja UKM dapat ditingkatkan.

3). Perlu ada penelitian lanjutan terhadap berbagai faktor lainnya yang mempengaruhi Kinerja UKM.

Daftar Pustaka

- Aribawa, Dwitya. (2016). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Umkm Di Jawa Tengah*. Jurnal Siasat Bisnis Vol. 20 No. 1.
- Amiri, A. M., Kushwaha, B. P. and Singh, R. (2023) 'Visualisation of global research trends and future research directions of digital marketing in small and medium enterprises using bibliometric analysis', *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Emerald Publishing Limited, 30(3), pp. 621–641.
- Amri, F. (2015) 'Permasalahan UMKM: Strategi Dan Kebijakan', *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Pluralisme Dalam Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(9), pp. 368–380.
- Ananda, Y. and Fitri, K. (2023) 'Pengaruh Pengalaman Usaha, Teknologi Informasi dan Kemampuan Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru', *Daya Saing*, 9(2), pp. 251–260.

Andayani, S. U. *et al.* (2022) *Etika Bisnis*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.

Anggraeny, A. J. A. (2023) 'Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kualitas

Sumber Daya Manusia dan Keputusan Pengambilan Risiko terhadap Kinerja UMKM dengan Akses Permodalan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Umkm Kampung Singkong Salatiga)'. IAIN SALATIGA.

Anugrah, R. J. (2020) 'Efektifitas penerapan strategi online marketing oleh umkm dalam masa pembatasan sosial berskala besar (psbb) corona viruses disease 2019 (covid-19)', *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), pp. 55–65.

Ariyanto, A. *et al.* (2021) *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*.

Aryani, M. (2021) 'Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen', *Jurnal Visionary : Penelitian dan Pengembangan dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), p. 22. doi: 10.33394/vis.v6i1.4085.

Chusumastuti, D., Zulfikri, A. and Rukmana, A. Y. (2023) 'Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi ada UMKM di Jawa Barat)', *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 2(02), pp. 83–93.

Darnita, C. and Triadi, D. (2023) 'Peningkatan Okupansi Mes B Gereja Kalimantan Evangelis Banjarmasin Dengan Digital Marketing', *Jurnal Ilmiah Religiosity Entity Humanity (JIREH)*, 5(1 SE-Articles). doi: 10.37364/jireh.v5i1.126.

Deswanti, A. I. *et al.* (2023) 'Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Kerja terhadap Kinerja Karyawan: Narrative Literature Review', *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 2(3 SE-Articles), pp. 34–40. doi: 10.4444/jisma.v2i3.323.

Dewi, A. L. S. and Masdiantini, P. R. (2023) 'Pengaruh Akses Permodalan, E-Payment dan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Buleleng', *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha)*, 14(03), pp. 619–630.

Dinas Perdagangan Perindustrian dan Koperasi UKM Kabupaten Buleleng (2022) *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Tahun 2021*.

Dwiyana, A. R., Alfiana and Budiantono, B. (2023) 'Pengaruh Karakteristik Individu dan Komitmen Organisasional terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara di Lingkungan Kecamatan Blimbing serta Peran Self Efficacy sebagai Variabel Moderasi', *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(10), pp. 4057–4064.

Firdaus, R. and Makhtum, A. (2023) 'Efektivitas Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah PT. Pegadaian untuk Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah', *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 9(2 SE-Articles), pp. 236–

263. Available at:
<http://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/ulumuna/article/view/7187>.

Fransisca, M. and Adiputra, I. G. (2019) 'Pengaruh Pengalaman Kerja dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Naga Samudera', *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(4), p. 900. doi: 10.24912/jmk.v1i4.6588.

Hapsari, V., Usman, U. and Vuspitasari, B. (2023) 'Analisis Implementasi Teknologi Digital pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Wilayah Perbatasan', *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1 SE-Articles). doi: 10.37676/ekombis.v11i1.2999.

Hardinata, Y. (2014) 'Analisis Keputusan Pemberian Kredit Modal Kerja terhadap Usaha Kecil dan Menengah (Studi Kasus pada Bank BRI KCP Sukun Malang)', *Jurnal Ilmiah*, pp. 1–17. Available at: <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/832Rizka>.

Helpi, H., Adil, A. and Suardi, A. (2023) 'Analisis Kemampuan Kerja, dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja SDM pada UMKM Meubel di Kabupaten Luwu Utara Kecamatan Malangke Barat (Desa Cenning)', *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), pp. 510–520. doi: 10.37531/sejaman.v6i1.2916.

Hili, P. (2022) 'Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Di Kota Ambon', *HIPOTESA-Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 16(2), pp. 21–35.

Irhamni, M. R. *et al.* (2023) 'Strategi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Menghadapi Inflasi (Studi Kasus Pada Warteg di Kota Semarang)', *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 19(2 SE-Articles), pp. 105–115. doi: 10.31940/jbk.v19i2.105-115.

Iskandar, K. A. and Safrianto, A. S. (2020) 'Pengaruh Keterampilan Wirausaha Dan Pengalaman Usaha Terhadap Keberhasilan Kewirausahaan', *Jurnal Ekonomi dan Industri*, 21(1), pp. 14–20. doi: 10.35137/jei.v21i1.403.

Jadhav, G. G., Gaikwad, S. V. and Bapat, D. (2023) 'A systematic literature review: digital marketing and its impact on SMEs', *Journal of Indian Business Research*. Emerald Publishing Limited, 15(1), pp. 76–91.

Kasmir (2008) *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kirani, A. (2023) 'Pengaruh Pengalaman Kerja, Latar Belakang Pendidikan, Komitmen Organisasi, dan Penilaian Kerja Terhadap Kinerja', *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(1 SE-Articles),

pp. 43–53. Available at:
<https://jibema.murisedu.id/index.php/JIBEMA/article/view/5>.

Kitta, S., Nurhaeda, N. and Idris, M. (2023) ‘Pengaruh Kompetensi, Pengalaman Kerja, Lingkungan Kerja, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai’, *Jesya*, 6(1), pp. 297–309. doi: 10.36778/jesya.v6i1.933.

Limanseto, H. (2022) *Akselerasi Pemulihan Ekonomi serta Investasi di Bidang Green dan Blue Economy untuk Pembangunan Ekonomi Secara Berkelanjutan, Biro Komunikasi, Layanan Informasi, dan Persidangan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian*. Available at: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3907/akselerasi-pemulihan-ekonomi-serta-investasi-di-bidang-green-dan-blue-economy-untuk-pembangunan-ekonomi-secara-berkelanjutan>.

Meyanti, I. G. A. S., Sutajaya, I. M. and Sudiarta, I. G. P. (2023) ‘Implikasi Pendidikan Kewirausahaan dalam Membentuk Minat dan Kompetensi Wirausaha’, *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(3), pp. 292–299.

Muharam, H. *et al.* (2023) ‘Sosialisasi Akses Permodalan Di UMKM Tajur Halang Makmur Kabupaten Bogor Jawa Barat’, *Al-Ijtimā: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), pp. 188–196.

Muljono, R. K. (2018) *Digital Marketing Concept*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Murdayah, K. A., Hidayati, N. and Khoirul, M. A. (2023) ‘Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Dan Switching Barriers Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Steak Moen-Moen Malang)’, *e-Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), pp. 52–57.

Nafisatul Ilim *et al.* (2023) ‘Pengaruh Pengalaman Kerja, Pelatihan, dan Motivasi Kerja Karyawan dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan’, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 2(1 SE-Articles), pp. 39–54. doi: 10.54066/jmbe-itb.v2i1.983.

Nurmalasari *et al.* (2022) ‘Pelatihan Digital Marketing Pada Umkm Rt 04/Rw 12 Kelurahan Parit Mayor Kecamatan Pontianak Timur’, *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 1(2), pp. 44–48. doi: 10.56445/jppmj.v1i2.20.

Oktaviani, F. and Rustandi, D. (2018) ‘Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness’, *PROfesi humas: jurnal ilmiah ilmu hubungan masyarakat*, 3(1), p. 1. doi: 10.24198/prh.v3i1.15878.

Pitriyani and Halim, A. (2020) ‘Pengaruh Pengalaman Kerja, Latar Belakang Pendidikan Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Pegadaian

Persero Cabang Rantauprapat’, *jurnal EBMA*, 1, pp. 60–68.

Prena, G. Das and Evitasari, A. (2019) ‘Budaya Tri Hita Karana Sebagai Pemoderasi Pengaruh External Locus of Control Terhadap Kinerja Auditor: Studi Pada Kantor Akuntan Publik Se-Provinsi Bali’, *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 4(1), p. 38. doi: 10.38043/jiab.v4i1.2149.

Rahmayani, K. *et al.* (2023) ‘Pengaruh Intellectual Capital , Akses Pembiayaan Dan Sistem Informasi Manajemen (SIM) Terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar’, *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 4(2), pp. 36–45.

Rahmayanie, A. M. *et al.* (2022) ‘Efektivitas Digital Marketing Sebagai Alternatif Pengembangan Strategi Marketing di Konveksi BUMDes’, *Buletin KKN Pendidikan*, 4(2), pp. 123–132. doi: 10.23917/bkkndik.v4i2.19186.

Ramadhani, R., Hanifah, I. and Wajdi, F. (2023) ‘Urgensi Penataan Akses Permodalan Pasca-Redistribusi Tanah Di Provinsi Sumatera Utara’, in *Seminar Nasional Hukum, Sosial dan Ekonomi*, pp. 99–105.

Saputra, H. T., Rif’ah, F. M. and Andrianto, B. (2023) ‘Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM’, *Journal Economy Management Business and Entrepreneur*, 1(1), pp. 29–37. doi: 10.55606/jppmi.v2i2.386.

Saura, J. R., Palacios-Marqués, D. and Ribeiro-Soriano, D. (2023) ‘Digital marketing in SMEs via data-driven strategies: Reviewing the current state of research’, *Journal of Small Business Management*. Taylor & Francis, 61(3), pp. 1278–1313.

Suardana, K. A. and Musmini, L. S. (2020) ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan Dan Minat Menggunakan E-Commerce Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Buleleng’, (*Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 11(1), pp. 191–202.

Sudirjo, F. *et al.* (2023) ‘Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat’, *Jurnal Bisnisman : Riset Bisnis dan Manajemen*, 5(1), pp. 55–69. doi: 10.52005/bisnisman.v5i1.134.

Sulistiogo, A. (2019) ‘Pengaruh Kualitas SDM Dan Akses Informasi Terhadap Akses Permodalan Dan Dampaknya Terhadap Kinerja UMKM Mitra LPDB-KUMKM’, *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), pp. 65–76.

Tambunan, F. (2019) ‘Pengaruh Pengetahuan Akuntansi dan Pengalaman Usaha terhadap Pengembangan Usaha dan Penggunaan Informasi Akuntansi sebagai

Variabel Intervening (Kajian Empiris Pada Pelaku Usaha Kecil dan Menengah di Kelurahan Tanjung Rejo Kecamatan Medan Sunggal)', *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, IV(2), pp. 371–394.

Tjiptono, F. (2014) *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Bayumedia Publishing.

Trisnawati, A. Y., Utomo, S. W. and Styaningrum, F. (2019) 'Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pengalaman Berwirausaha dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM di Kota Madiun', *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 7(2), pp. 247–256. Available at: <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/FIPA/article/view/928>.

Wulandari, C., Agustono and Adi, R. K. (2023) 'Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja UMKM pada Klaster UMKM Agribisnis di Kabupaten Purbalingga', *AGRISTA*, 11(3), pp. 23–33.