

PERAN LOKASI USAHA DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM SEBAGAI PENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI

Ridaul Innayah^{1*}, Yosia Dian Purnama Windrayadi²

^{1*,2} Universitas PGRI Ronggolawe, Tuban, Indonesia

E-mail: innayahridaul@gmail.com ^{1*)}

dianyosia@gmail.com ²⁾

Abstrak

Tercapainya pertumbuhan ekonomi negara yang berkesinambungan tak bisa lepas dari kontribusi berbagai pihak, khususnya UMKM sebagai bagian dari penyumbang angka pendapatan nasional. Pendapatan UMKM sendiri dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya lokasi usaha dan literasi digital. Lokasi usaha yang dipilih menentukan kebangkrutan atau kesuksesan suatu usaha (Tinneke et al., 2020). Selain lokasi usaha, literasi digital berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap kinerja UMKM. Akan tetapi kenyataan di lapangan masih banyak UMKM yang tidak mendapatkan lokasi usaha yang memadai dan belum memiliki literasi digital yang cukup, serta adanya perbedaan hasil penelitian tentang pengaruh lokasi usaha terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini tertarik untuk meninjau kembali tentang bagaimana: a) pengaruh lokasi usaha dalam meningkatkan pendapatan UMKM, b) pengaruh literasi digital dalam meningkatkan pendapatan UMKM, dan c) pengaruh lokasi usaha dan literasi digital secara bersama-sama dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Populasi penelitian ini adalah UMKM di Kabupaten Tuban menggunakan Accidental Sampling, dan diperoleh 101 orang sebagai responden. Instrumen utama pengumpulan data adalah angket tertutup yang dilengkapi pertanyaan esay dan observasi. Menurut hasil uji hipotesis, lokasi usaha mempunyai sig. 0.109, literasi digital taraf sig. 0,503 yang artinya baik lokasi usaha maupun literasi digital tidak memiliki pengaruh dalam upaya peningkatan pendapatan UMKM. Kemudian hasil analisis statistik menunjukkan nilai sig. kedua variabel independen pada uji F adalah 0,250. Dengan demikian disimpulkan: a) Lokasi usaha tak memilki pengaruh dalam upaya peningkatan pendapatan UMKM, b) Literasi digital tak memilki pengaruh dalam peningkatan pendapatan UMKM, dan c) Lokasi usaha dan literasi digital secara bersama-sama tak memilki pengaruh dalam peningkatan pendapatan UMKM.

Kata kunci: Lokasi Usaha; Literasi Digital; Pendapatan UMKM; dan Pertumbuhan Ekonomi.

Abstract

The achievement of sustainable national economic growth cannot be separated from the contributions of various parties, UMKM as part of the contributor to national income figures. UMKM income itself is influenced by business location and digital literacy. The chosen business location determines the bankruptcy or success of a business (Tinneke et al., 2020). Digital literacy has a direct and indirect influence on UMKM performance. However, in reality, many UMKM still do not have adequate business locations and do not have sufficient digital literacy, and there are differences in research results regarding the effect of business location on UMKM performance. This study is interested in reviewing how: a) the influence of business location in increasing UMKM income, b) the influence of digital literacy in increasing UMKM income, and c) the influence of business location and digital literacy together in increasing UMKM income. The population of this study was UMKM in Tuban Regency using Accidental Sampling, and obtained 101 respondents. The main instrument for data collection is a closed questionnaire equipped with essay questions and observations. According to the results of the hypothesis test, the business location has a sig. 0.109, digital literacy level sig. 0.503, and the sig. value of both independent variables in the F test is 0.250. Thus, it is concluded: a) Business location has no influence on efforts to increase UMKM income, b) Digital literacy has no influence on increasing UMKM income, and c) Business location and digital literacy together have no influence on increasing UMKM income.

Keywords: Business Location; Digital Literacy; UMKM Income; and Economic Growth.



This is an open access article under the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi menurut ilmu Ekonomi Pembangunan pada konsep lama, dipandang sama dengan pembangunan ekonomi, yaitu jika suatu negara telah mengalami pertumbuhan ekonomi, maka negara tersebut juga telah mengalami suatu pembangunan ekonomi. Akan tetapi paradigma tersebut dianggap kurang mewakili keadaan yang sesungguhnya. Pada konsep baru pertumbuhan ekonomi merupakan bagian dari pembangunan ekonomi suatu negara. Menurut Sadono Sukirno, pertumbuhan ekonomi dalam perekonomian sesungguhnya ditandai dengan pertambahan produksi barang modal, barang industri, dan jasa (Hamdani, 2023). Perekonomian suatu negara dikatakan mengalami pertumbuhan apabila terdapat kenaikan pendapatan per kapita selama periode tertentu. Pertumbuhan ekonomi secara berkesinambungan, biasanya diikuti peningkatan kesejahteraan masyarakat yang ditandai meningkatnya daya beli masyarakat. Mengingat pentingnya pertumbuhan ekonomi, pemerintah selayaknya selalu berupaya dalam pencapaiannya.

Tercapainya pertumbuhan ekonomi negara yang berkesinambungan tidak bisa terlepas dari kontribusi berbagai pihak, termasuk disini adalah peran masyarakat sebagai bagian dari penyumbang angka pendapatan nasional. 97% dari tenaga kerja nasional adalah UMKM, dimana 61% pendapatan perkapita negara berasal dari sektor tersebut. UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian, sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penyediaan lapangan kerja (Vinatra et al., 2023). (Hadi, 2015) juga mengatakan UMKM adalah penggerak pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan pendapatan masyarakat melalui peningkatan pendapatan UMKM. Pada tahun 2023 Kabupaten Tuban Jawa Timur merupakan salah satu wilayah yang memiliki jumlah UMKM cukup banyak yaitu 52.550 pelaku usaha yang mayoritas bergerak di bidang makanan, minuman, dan *retail* (Sulistiyowati et al., 2025). Pendapatan UMKM sendiri dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, diantaranya adalah lokasi usaha dan literasi digital.

Lokasi usaha berkontribusi banyak dalam menentukan kunjungan konsumen dan potensi terjadinya jual beli karena perannya dalam meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas (B. Putri & Fietroh, 2025). Lokasi usaha yang dipilih menentukan kebangkrutan atau kesuksesan suatu usaha (Tinneke et al., 2020). Mendekatkan lokasi usaha dengan segmen pasarnya adalah salah satu strategi usaha (Mardiana, 2017). Semakin dekat letak usaha dengan target pasar, semakin berpotensi meningkatkan angka pendapatan yang dipeloreh karena memudahkan konsumen dalam menjangkau produk yang dipasarkan. Pemilihan lokasi yang strategis dan sesuai berperan penting dan mempengaruhi kelangsungan usaha yang dijalankan, khususnya dalam perolehan pendapatan. Hal ini sejalan dengan teori Neo Klasik dan temuan dari (Alfrida Sekar Ayuningtyas et al., 2024). Hasil penelitian dari (N. M. D. M. Putri & Jember, 2019) mengatakan lokasi usaha dan modal pinjaman berpengaruh terhadap pendapatan. Penelitian dari (Mustajirin & Putri, 2023) juga menyatakan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Selanjutnya penelitian dari (Suyanto & Anggraeni, 2024) lokasi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang secara signifikan. Berbeda dengan beberapa temuan yang telah disebutkan, penelitian dari (Cahyani,dkk, 2023), dan (Pratama, 2018) menemukan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap pendapatan usaha. Penemuan berbeda tersebut dapat dikarenakan oleh berbagai faktor, seperti adanya penggunaan media digital dalam bidang penjualan pada era sekarang ini.

Indonesia sebagai negara yang padat penduduk menjadikannya salah satu negara dengan angka tertinggi dalam pemanfaatan internet (Tsani Farhan et al., 2022).

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

Penggunaan internet melalui perangkat digital sekarang ini telah menjangkau seluruh kalangan dari berbagai usia, salah satunya dalam bidang ekonomi. Ekonomi digital merupakan transaksi ekonomi yang memanfaatkan media berbasis internet yang tersedia dalam perangkat elektronik (Yanti et al., 2022). Fenomena tersebut memberikan peluang yang besar untuk kelancaran dan perkembangan suatu usaha. Internet bermanfaat untuk memperluas jangkauan pasar (Wijaya & Nailufaroh, 2022). Melalui pemanfaatan internet dalam pemasaran, pelaku usaha berkesempatan menawarkan dan menjual produk lebih banyak tanpa terbatas oleh lokasi usaha.

Media digital yang banyak digunakan oleh UMKM dalam pemasaran online adalah instagram, Facebook, Shopee, Lazada, Toko tiktok, dan juga bisa melalui aplikasi Grab. Sayangnya belum semua pelaku usaha yang menggunakan media digital sebagai sarana pemasaran online, hal ini dikarenakan belum semua UMKM memiliki literasi digital yang memadai. Literasi digital sendiri diartikan sebagai kemampuan untuk mengakses, memahami, mengelola, dan menciptakan informasi dan komunikasi yang tepat guna pemanfaatannya dalam bidang usaha, (M. Indra Maulana & Eko Suyono, 2023). Pelaku UMKM memiliki literasi digital yang bagus dan sudah memanfaatkan media pemasaran digital biasanya mengalami peningkatan pendapatan yang signifikan. Hal ini karena literasi digital memudahkan transaksi konsumen tanpa harus repot pergi ke outlet UMKM (Sevty et al., 2024). Ini dapat memberi kenyamanan dan kemudahan bagi para konsumen sehingga memberikan dampak yang baik pula bagi para pelaku UMKM. Beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian dari (Tsani Farhan et al., 2022) yang menyatakan bahwa literasi digital mempengaruhi secara langsung positif dan secara tidak langsung terhadap kinerja (hasil penjualan dan pendapatan) UMKM. Temuan penelitian dari (Hamid, 2023) dan penelitian (M. Indra Maulana & Eko Suyono, 2023) yang menyatakan hal serupa, yaitu literasi digital secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM.

Berdasarkan adanya permasalahan yang telah dijelaskan di atas, serta adanya perbedaan hasil penelitian tentang pengaruh lokasi usaha terhadap kinerja (penjualan/pendapatan) UMKM, penelitian ini tertarik untuk meninjau kembali tentang bagaimana: a) pengaruh lokasi usaha dalam meningkatkan pendapatan UMKM, b) pengaruh literasi digital dalam meningkatkan pendapatan UMKM, dan c) pengaruh lokasi usaha dan literasi digital secara bersama-sama dalam meningkatkan pendapatan UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan adalah bersifat asosiatif dengan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini berlokasi di Kabupaten Tuban Jawa Timur dan dilaksanakan pada tahun 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM di Kabupaten Tuban yang jumlahnya pada tahun 2023 mencapai 52.550 unit usaha yang tersebar di 20 kecamatan. Subjek dalam penelitian ini dibatasi pada pelaku UMKM yang beroperasi di Kecamatan Tuban, Kecamatan Palang, Kecamatan Jenu, dan Kecamatan Tambakboyo khususnya yang bergerak di bidang makanan seperti usaha bakery, usaha senek kiloan, usaha warung makan, dan sejenisnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, dengan pertimbangan keterbatasan biaya dan waktu. Jumlah sampel/responden dalam penelitian ini sebanyak 101 orang.

Rancangan penelitian ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan dimulai dengan penentuan tema penelitian, menetapkan subjek penelitian dan sampel penelitian. Tahapan selanjutnya adalah menyiapkan instrumen penelitian berupa angket tertutup berskala

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

likert dengan 4 kolom jawaban. Angket dilengkapi dengan pertanyaan essay untuk melengkapi data yang tidak dapat digali dari angket tertutup. Sebelum disebar kepada responden untuk mengumpulkan data penelitian, angket diuji statistik terlebih dahulu menggunakan SPSS untuk mengetahui tingkat validitas dengan melihat korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor konstruk dan tingkat reliabilitas angket dengan melihat nilai Cronbach Alpha dari masing-masing item pernyataan angket. Penyebaran angket dibantu oleh 2 orang mahasiswa. Penelitian ini juga dilengkapi dengan metode observasi untuk mengamati kondisi UMKM. Setelah data terkumpul tahap selanjutnya adalah analisis data menggunakan uji regresi linier berganda yang sebelumnya telah diuji dengan uji prasyarat regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan pengolahan data penelitian menggunakan uji statistik, diperoleh hasil uji t dan uji F yang akan digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 1 dan hasil uji F pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3427405.731	448970.410		7.634	<.001
Lokasi Usaha	-28826.660	17829.029	-.207	-1.617	.109
Literasi digital	13288.846	19777.822	.086	.672	.503

Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Penelitian ini memiliki 3 hipotesis kerja yang memerlukan pembuktian melalui pengujian statistik dengan program SPSS, dimana untuk hipotesis pertama dan kedua dengan uji t dan hipotesis ketiga dengan uji F. Hasil pengujian statistik pada tabel 1 menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel lokasi usaha adalah 0.109, dimana nilai tersebut >0.05 yang artinya hipotesis kerja yang pertama untuk pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan UMKM ditolak dan hipotesis nol diterima. Kemudian untuk hipotesis kerja yang kedua tentang pengaruh literasi digital terhadap pendapatan, diperoleh nilai signifikansi $0.503 > 0.05$ yang artinya hipotesis kerja ditolak dan hipotesis nol diterima.

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1061193454.000	2	530596727.000	1.405	.250 ^b
	Residual	3700326199.154	98	37758430.603		
	Total	3806445544.554	100			

Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Dari pengujian hipotesis yang ketiga tentang pengaruh lokasi usaha dan literasi digital secara bersama-sama terhadap pendapatan, dari tabel 2 diketahui nilai signifikansi $0.250 > 0.05$ yang artinya hipotesis kerja ditolak dan hipotesis nol diterima.

Secara lebih lengkap, hasil penelitian ini akan diuraikan dalam pembahasan masing-masing hipotesis kerja sebagai berikut:

Lokasi usaha berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan pendapatan UMKM

Hasil pengujian hipotesis secara statistik di atas menunjukkan hipotesis kerja ditolak yang berarti bahwa dalam penelitian ini lokasi usaha tidak berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Dengan kata lain, tempat yang dipilih UMKM tidak berpengaruh atau tidak memiliki efek dalam upaya menambah pendapatan yang ingin diperoleh. Hasil jawaban responden pada pertanyaan esay yang disisipkan pada angket dan hasil tanya jawab singkat, didapatkan informasi bahwa untuk bidang usaha yang sedang digeluti responden di daerah tersebut sudah ada beberapa yang menjalankan dan semuanya berada pada tempat dimana pembeli mudah untuk menemukan lokasi usaha tersebut. Responden juga mengatakan kalau pelaku usaha jaman sekarang, beberapa sudah menggunakan penjualan secara online sehingga meskipun tidak memiliki tempat khusus untuk berjualan atau jualan di lokasi yang tidak/kurang strategis tetap dapat mengalami peningkatan pendapatan karena tidak terbatas dengan jarak dan waktu. Dengan adanya kondisi-kondisi tersebut di lapangan, khususnya dalam penelitian ini menjadi faktor tidak adanya pengaruh lokasi usaha secara parsial terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Hasil penelitian ini senada dengan temuan penelitian dari (Salim et al., 2024), (Cahyani dkk., 2023), dan (Rizky, 2023).

Literasi digital berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan pendapatan UMKM

Menurut hasil pengujian hipotesis yang telah disajikan di atas, literasi digital memiliki taraf signifikansi sebesar 0,503 yang artinya literasi digital tidak berpengaruh secara parsial terhadap pendapatan UMKM. Yang berarti juga literasi digital dalam penelitian ini tidak memiliki peran apapun dalam mempengaruhi atau menentukan tingkat besar kecilnya pendapatan yang diperoleh pelaku usaha walaupun literasi digital cukup memiliki peran yang penting dalam mendekatkan jarak penjual dengan konsumen. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor. Menurut hasil observasi, hasil jawaban pertanyaan esay yang telah diisi, dan hasil tanya jawab secara santai dengan responden, dapat diketahui: walaupun sebagian responden telah menggunakan bantuan media digital dalam pemasarannya, tetapi mereka memiliki faktor penghambat tersendiri. Diantaranya seperti banyaknya pesaing, terkendala dengan modal sehingga kesusahan mencari peluang, dan naiknya harga bahan baku secara terus-menerus akan tetapi harga jual tetap.

Lokasi usaha dan Literasi digital berpengaruh secara bersama-sama terhadap peningkatan pendapatan UMKM

Hasil analisis statistik menunjukkan nilai signifikansi kedua variabel independen pada uji F adalah $0,250 > 0,05$ yang memiliki arti lokasi usaha dan literasi digital secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM. Artinya dalam penelitian ini lokasi usaha yang strategis dan pengetahuan maupun kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital tidak memiliki peran atau dampak

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

dalam upaya peningkatan pendapatannya. Penelitian terdahulu yang juga menghasilkan temuan serupa adalah (Fitriasari et al., 2021) inovasi digital tidak memiliki hubungan terhadap kinerja UMKM.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Lokasi usaha tak memilki pengaruh dalam upaya peningkatan pendapatan UMKM. Literasi digital tak memilki pengaruh dalam peningkatan pendapatan UMKM, dan Lokasi usaha dan literasi digital secara bersama-sama tak memilki pengaruh dalam peningkatan pendapatan UMKM. Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini, disarankan pada penelitian selanjutnya yang akan mengambil tema penelitian sejenis dapat menambahkan modal usaha dan biaya produksi sebagai variabel yang mempengaruhi pendapatan UMKM. Bagi pelaku UMKM diharapkan memperhatikan pemilihan lokasi usaha yang akan dipilih serta meningkatkan kemampuan penggunaan teknologi digital guna memudahkan konsumen dan meningkatkan peluang peningkatan pendapatan. Selanjutnya bagi Pemerintah, diharapkan terus melakukan berbagai upaya untuk mendukung UMKM, seperti pelatihan-pelatihan kewirausahaan, menyediakan lapak usaha yang strategis, serta unsur penunjang seperti kredit murah jika diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfrida Sekar Ayuningtyas, Arif Farida, & Era Trianita Saputra. (2024). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lama Usaha dan Teknologi Informasi terhadap Pendapatan Thrift Shop di Kota Surakarta. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 128–147. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2268>
- Dwi Cahyani, P., Ridho, T., & Asmara, A. (2023). Pengaruh Modal Usaha, Bahan Baku, Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan (Studi Pada Sentra Kerajinan Topeng Bopung, Patuk, Gunung Kidul). *Jurnal Ekonomi Integra*, 13(1), 1–10.
- Fitriasari, P., Himawan, B., Yanida, M., & Widyatama, A. (2021). Apakah Literasi Keuangan Dan Inovasi Digital Mampu Meningkatkan Kinerja UMKM Saat Menghadapi Covid – 19? *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 11(2), 195–202. <https://doi.org/10.37859/jae.v11i2.2833>
- Hadi, D. P. (2015). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pada Usaha Kecil Dan Menengah Berbasis Sumber Daya Lokal Dalam Rangka Millenium Development Goals 2015 (Studi Kasus Di Pnpm-Mp Kabupaten Kendal). *Jurnal Ilmiah CIVIS*, 5(1), 725–736. <http://journal.upgris.ac.id/index.php/civis/article/view/633>
- Hamdani, M. F. (2023). Analisis Pertumbuhan UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten Jember. *SKRIPSI*. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah.
- Hamid, R. S. (2023). *Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM*. 7(April), 1635–1645.

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

- M. Indra Maulana, & Eko Suyono. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Keberlanjutan Bisnis Pelaku UMKM Berbasis Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3)(03), 4256–4271.
- Mardiana, S., Annisarizki. (2017). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Paguyuban Wirausaha Cilegon (Pawon) dalam Cilegon Car Free Day. *SAINS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, X(2), 116–129.
- Mustajirin, J., & Putri, N. R. (2023). Pengaruh Modal, Jam Kerja, Dan Lokasi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Demak. *JAMHI: Jurnal Akuntansi Manajemen Hukum Informatika*, 1(1), 31– 49.
- Putri, B., & Fietroh, M. N. (2025). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 6(3), 268–276. <https://doi.org/10.47065/tin.v6i3.8143>
- Putri, N. M. D. M., & Jember, I. M. (2019). Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha Terhadap UMKM di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman sebagai Intervening). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 9(2), 142–150.
- Pratama, R., (2018). Pengaruh Modal, Lokasi Dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 2(3), 239–251.
- Rizky, A. F. (2023). Pengaruh Lokasi, Kondisi, Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Kemakmuran Blok B Dan F Kabupaten Kotabaru. *SKRIPSI*. Universitas Islam Negeri Antsari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Banjarmasin.
- Sulistiyowati, V., Soesiantoro, A., & Maulana Ilman, G. (2025). Pemberdayaan UMKM Untuk Menumbuhkan Dan Mengembangkan Kemampuan Usaha Mikro Di Kabupaten Tuban. *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 5(6), 1–16.
- Salim, N., Rahmadhani, S., Studi, P. S., & Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin, S. (2024). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Among Makarti*. 17(1), 111–122.
- Sevty, G., Ananda, J., Putra Hafiz, A., & Ramli, F. (2024). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Pelaku UMKM dalam Pemasaran Syari'ah. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(3). <https://doi.org/10.61132/nuansa.v2i2.1092>
- Suyanto, & Putri Anggreani, M. (2024). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Eceran Pasar Sederhana Teluk Dalam Kota Banjarmasin. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 9183–9190.
- Tinneke, L., Kolanus, O., Rumat, V. A., & Engka, D. S. M. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Kecil (Umk) Di Kota Manado. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 21(4), 46–62.

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

- Tsani Farhan, M., Eryanto, H., & Saptono, A. (2022). Pengaruh Literasi Digital Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM (Studi Pada UMKM Sektor Food And Beverage Di Jakarta Selatan). *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), 35–48.
<https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika>
- Vinatra, S., Bisnis, A., Veteran, U., & Timur, J. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>
- Wijaya, H., & Nailufaroh, L. (2022). Pengaruh Ekonomi Digital: Knowledge Terhadap Produktivitas Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Mediasi Di Pt Bpr Bkk Wonogiri. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(4), 1941–1949.
<https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Yanti, P. M., Meidy, R., Julica, L. A., Studi, P., Digital, B., Teknologi, I., Sumatera, M., & Rawas, M. (2022). PENGARUH IMPLEMENTASI EKONOMI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (Studi Kasus UMKM Kuliner di Kota Lubuklinggau). *Jurnal Interprof*, 8(2), 25–36.