

**Jejak Artikel:**

Unggah: 10 Juli 2024;

Revisi: 12 Juli 2024;

Diterima: 14 Juli 2024;

Tersedia Online: 10 Agustus 2024

## **Pengaruh Fasilitas Modal, Inovasi Produk, dan Literasi Digital pada Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Wilayah Kota Depok**

**Dwi Laras Novianti<sup>1</sup>, Ari Saptono<sup>2</sup>, Agus Wibowo<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Universitas Negeri Jakarta

[Dwilarasnovianti11@gmail.com](mailto:Dwilarasnovianti11@gmail.com), [saptono.fe@unj.ac.id](mailto:saptono.fe@unj.ac.id), [agus-wibowo@unj.ac.id](mailto:agus-wibowo@unj.ac.id)

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have a very strategic role in national economic development. The role of MSMEs is very large for economic growth in Indonesia, with a percentage of the number reaching 99% of all business units. Based on data from the Ministry of Cooperatives and MSMEs. Based on data. City opendata.jabarprov.go.id every year there is an increase in the number of MSME business actors, so that competition is increasing and there is a need for excellence. However, there are obstacles experienced, including those related to capital, utilization of social media and online applications in marketing, products that are still monotonous, lack of human resources both in quantity and quality, and constraints in choosing strategic locations. From the problems faced by MSME actors, it causes business actors to have difficulty in developing their businesses. This research was conducted using a survey method using primary data and sampling using the Probability Sampling Method technique. The sample used was 336 respondents, namely MSME business owners in Depok City. The research used path analysis with SPSS application through classical assumption test (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test), hypothesis test (coefficient of determination test, F test, and T test), and sobel test. Based on the research results, the variables of capital facilities and digital literacy affect product innovation. The variables of capital facilities, product innovation, and digital literacy affect business development. The variables of capital facilities and digital literacy have an indirect effect on business development through product innovation.*

**Keywords: Business Development, Digital Literacy Capital Facilities, MSMEs, Product Innovation**

### **Pendahuluan**

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat berperan secara strategis dalam perkembangan ekonomi nasional. Dengan 99% unit usaha di Indonesia, UMKM turut berpartisipasi dalam pertumbuhan ekonomi. Menurut data (Kemenko Perekonomian, 2022), Per Maret 2021, kontribusi terhadap PDB juga mencapai 60,5 persen, dan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional.

Meskipun UMKM berperan penting dalam perekonomian nasional, bisnis mereka tidak selalu berjalan lancar. Banyaknya kendala dan kesulitan yang dilalui oleh para pelaku UMKM. Menurut mantan Menteri Perdagangan, Muhammad Lutfi, pada (Amani, 2021) menjelaskan bahwa masalah utama yang menjadi tantangan UMKM di Indonesia :

---

<sup>1</sup>Coressponden: Dwi Laras Novianti. Universitas Negeri Jakarta. Jl. Rawamangun Muka, RT.11/RW.14, Rawamangun, Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220. [Dwilarasnovianti11@gmail.com](mailto:Dwilarasnovianti11@gmail.com)

1. Kurang pembinaan yang intensif untuk UMKM
2. Kurang akses promosi produk UMKM
3. Kurang akses permodalan UMKM yang mudah dan cepat

Hal ini mengakibatkan masih belum maksimalnya UMKM dalam meningkatkan pengembangan kualitas maupun kuantitas pada produknya. Begitupun, berdasarkan data dari databoks.co.id, kurangnya pembiayaan dan kurangnya pelatihan digital berada di urutan 2 teratas terkait kendala yang dialami oleh UMKM di Indonesia. Sebesar 57% pelaku UMKM mengalami kendala kurangnya pembiayaan dan 49% mengalami kurangnya pelatihan digital. Para pelaku UMKM menghadapi sejumlah masalah yang signifikan, di antaranya adalah minimnya permodalan yang menghambat kemampuan mereka untuk berkembang. Kendala dalam pemasaran membuat produk sulit mencapai pasar yang lebih luas. Struktur organisasi yang sederhana dan pembagian kerja yang tidak baku seringkali menyebabkan ketidakjelasan dalam tugas dan tanggung jawab. Kualitas manajemen yang masih rendah serta kualitas sumber daya manusia yang terbatas juga menjadi tantangan besar, mengingat kemampuan manajerial dan keterampilan pekerja yang belum memadai. Selain itu, banyak pelaku UMKM yang belum melakukan laporan keuangan secara teratur, sehingga sulit untuk memantau kinerja keuangan dan membuat keputusan yang tepat. Aspek legalitas yang lemah membuat rentan terhadap masalah hukum, dan kualitas teknologi yang rendah membatasi efisiensi operasional dan daya saing di pasar yang semakin digital. (Perdagangan dalam Negeri, 2022).

Berdasarkan informasi yang dikumpulkan oleh Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), pada tahun 2020, 77,6% atau 46,6 juta dari 64 juta UMKM di Indonesia belum mendapat akses ke permodalan dari lembaga keuangan bukan bank atau perbankan. Mekar PNM, Bank Wakaf Mikro, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), dan Pembiayaan Ultra Mikro (UMi) adalah beberapa contoh fasilitas pembiayaan tambahan yang ditawarkan pemerintah untuk membantu UMKM mengatasi kendala pembiayaan. Pemerintah telah berusaha untuk menyediakan UMKM dengan berbagai program kredit dan bantuan permodalan melalui kebijakannya. Namun, fakta di lapangan menunjukkan bahwa fasilitas kredit permodalan yang disediakan pemerintah menjadi hambatan karena masih sulit bagi para pelaku UMKM untuk memperolehnya.

Perusahaan menggunakan teknologi untuk menciptakan layanan dan proses yang lebih efisien, bisnis baru, dan keunggulan kompetitif. Indonesia memiliki ekonomi digital yang sangat potensial. Transformasi digital ialah salah satu dari tiga masalah utama yang dibahas di Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20. Staf Khusus Menteri Komunikasi dan Informatika Bidang Digital dan Sumber Daya Manusia, Dedy Permadi, menyatakan bahwa Pemerintah Republik Indonesia mendukung hasil konkret dari KTT G20 yang bermanfaat bagi masyarakat Indonesia dan dunia secara keseluruhan, termasuk pengembangan teknologi digital untuk UMKM. Saat ini, 21 juta, atau 32% dari 64 juta UMKM di Indonesia, memanfaatkan teknologi digital, tetapi 68% dari UMKM masih belum memanfaatkan ruang digital. Literasi digital, salah satu contoh teknologi yang masih kurang digunakan di Indonesia, masih dinilai rendah. Tingkat literasi digital di Indonesia sebesar 62%, menurut Indef Aviliani, seorang ekonom senior. Ini masih dinyatakan rendah dibandingkan dengan rata-rata 70% negara ASEAN lainnya. Kehidupan kita saat ini tidak terlepas dari peran kemajuan teknologi digital, yang mana perkembangannya semakin pesat ketika pandemi covid-19. Indeks literasi digital masyarakat Indonesia saat ini yaitu 3,49 dari skala 5, memiliki kategori sedang (belum mencapai baik). Masih sedikitnya UMKM yang terhubung ke digital kemungkinan disebabkan oleh rendahnya tingkat literasi digital yang dimiliki. Aktivitas literasi digital yang rendah terhadap UMKM menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah dalam mendorong akselerasi transformasi digital.

Dalam melakukan suatu upaya pengembangan usaha di Kota Depok. Kota Depok menjadi salah satu kota yang berupaya dalam mengoptimalkan penyediaan fasilitas modal bagi pelaku UMKM. Dilihat dari Pemerintah Kota Depok yang masih berupaya dalam melakukan realisasi

permodalan bagi pelaku UMKM. Bunga dari permodalan melalui KUR yang diupayakan oleh pemerintah kota Depok, masih menjadi kendala untuk saat ini. KUR merupakan program pemerintah untuk perbaikan akses bantuan modal kepada UMKM melalui lembaga keuangan dengan pola pinjaman. Dalam rangka pelaksanaan kebijakan yang mendorong pengembangan sektor riil dan pemberdayaan UMKM, program KUR bertujuan untuk meningkatkan kemampuan permodalan usaha (Saparingga et al., 2015). Adapun upaya lain dalam penyediaan fasilitas modal yang dilakukan Pemerintah Kota Depok yaitu Pemerintah Kota bekerja sama dengan Baznas melalui pos zakat produktif untuk menyediakan permodalan zakat produktif bagi UMKM.

Jumlah UMKM di Kota Depok, dari tahun 2016 – 2021 mengalami peningkatan.

**Tabel 1. Jumlah UMKM di Kota Depok tahun 2016 - 2021**

No	Tahun	Jumlah UMKM (Unit)
1.	2016	162388
2.	2017	172435
3.	2018	183104
4.	2019	194433
5.	2020	206462
6.	2021	219238

Sumber data: [opendata.jabarprov.go.id](http://opendata.jabarprov.go.id)

Dengan bertambahnya jumlah UMKM tentu saja mengakibatkan persaingan pasar yang semakin ketat. Pada saat ini, persaingan antara UMKM satu sama lain bahkan sudah meningkat. Sehingga setiap UMKM perlu memiliki keunggulan terhadap produk yang dimilikinya seperti dalam bentuk inovasi dan kreativitas. Inovasi produk merupakan konsep, praktik, atau objek yang dinilai baru oleh individu atau kelompok untuk diadopsi, menurut Rogers (Maharani, 2017). Suatu konsep yang mungkin telah muncul sebelumnya dapat dianggap inovatif kembali oleh pelanggan baru. Inovasi merupakan kemampuan untuk mengembangkan dan menerapkan ide-ide baru, tingkat kreatifitas yang mendorong peningkatan layanan dan produk, serta menyesuaikan diri dengan lingkungan yang berubah atau persaingan. Karena teknologi mencakup semua aspek bisnis, bisnis dan organisasi harus memantau perkembangan teknologi dan melatih dan mendorong karyawan untuk berinovasi produk. Karena teknologi mencakup semua aspek bisnis, bisnis dan organisasi harus memantau perkembangan teknologi dan melatih dan mendorong pelaku UMKM untuk berinovasi produk.

Berdasarkan (Widyastuti & Parianom, 2022) pada penelitiannya terdapat sejumlah masalah yang dialami oleh pelaku UMKM di Kota Depok yang berkaitan dengan pengetahuan serta skill mengenai pemanfaatan media digital dalam kegiatan usahanya. Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM antara lain adalah pemasaran yang tidak tersistem dengan baik, di mana masih berfokus pada strategi pemasaran dari mulut ke mulut. Pelaku UMKM seringkali tidak mencatat keuangan dengan baik, sehingga perencanaan bisnis berfokus pada intuisi daripada data keuangan yang mencerminkan aktivitas riil bisnis. Masalah lainnya adalah kecenderungan pelaku UMKM untuk melakukan over investasi, tidak menggaji diri sendiri, tidak memperhitungkan kondisi terburuk, serta masih mencampur aset pribadi dengan aset bisnis. Semua permasalahan ini menghambat perkembangan dan keberlanjutan usahanya. UMKM di Kota Depok menurut peneliti berdasarkan pra riset, masih terdapat kendala pelaku UMKM. Kendala yang dialami di antaranya yaitu terkait permodalan, pemanfaatan media sosial maupun aplikasi online dalam pemasaran, produk yang masih monoton, kurangnya SDM baik secara kuantitas maupun kualitas, dan kendala dalam pemilihan lokasi strategis. Dari permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM tersebut, menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam mengembangkan usahanya.

### **Pengembangan Usaha**

(Ardiningrum, 2023) Proses mengembangkan dan mengubah berbagai sumber daya menjadi produk atau jasa yang diharapkan pelanggan. Menurut Anoraga (2007) dalam (Rizky et al., 2022),

Pengembangan usaha adalah sebuah tanggung jawab penting yang harus diemban oleh setiap pengusaha atau wirausahawan. Proses ini memerlukan pandangan ke depan untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan yang mungkin muncul di masa mendatang. Selain itu, motivasi yang kuat sangat dibutuhkan untuk mendorong upaya berkelanjutan dalam mencapai tujuan bisnis. Kreativitas juga menjadi faktor kunci dalam pengembangan usaha, karena memungkinkan pengusaha untuk menciptakan solusi inovatif dan adaptif terhadap perubahan pasar. Menurut (Ali Samsuri, 2022) suatu pengembangan usaha dapat dikatakan berhasil apabila memenuhi beberapa indikator, di antaranya: 1. Produksi yang bertambah 2. Daya jual produk bertambah 3. Lebih luasnya jangkauan pasar 4. Karyawan yang bertambah 5. Meningkatkan atau stabilnya penghasilan.

### **Fasilitas Modal**

UU RI Nomor 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa pembiayaan adalah penyedia dana oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat melalui bank, koperasi, dan lembaga keuangan bukan bank, untuk memperkuat permodalan dan melakukan pengembangan UMKM. Menurut Danupranata (2013) dalam (Nurhadi, 2018), Dengan adanya pembiayaan, pihak-pihak yang sebelumnya kesulitan mendapatkan dana dapat memperoleh akses ke sumber daya yang diperlukan, sehingga dapat mencapai tujuan finansialnya dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Fasilitas modal termasuk ke dalam jenis pembiayaan produktif. Pembiayaan produktif merupakan suatu jenis pembiayaan yang bertujuan untuk pengembangan usaha, baik usaha perdagangan, produksi maupun investasi. Purwanti (2012) dalam (Wahid, 2020), Indikator modal diantaranya : modal sebagai syarat usaha, sumber modal eksternal, hambatan sumber modal, dan besar modal.

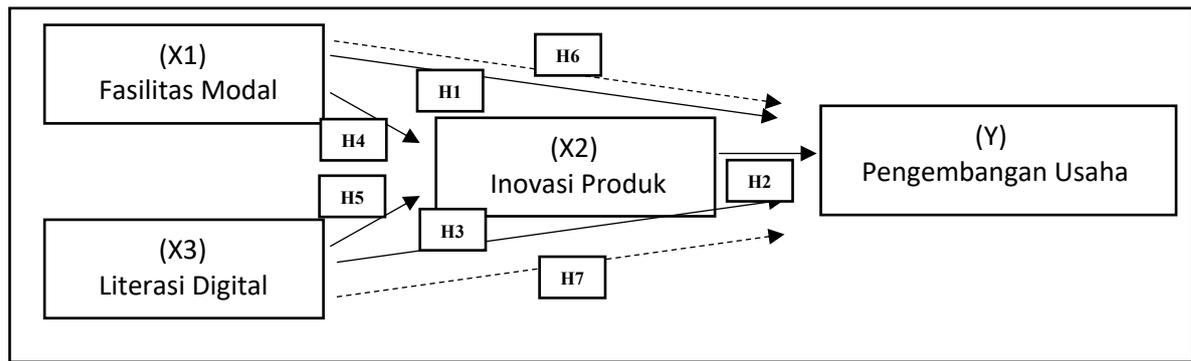
### **Inovasi Produk**

Menurut Schiemann (2011) dalam (Avriyanti, 2021), inovasi produk dapat dijelaskan sebagai upaya untuk membuat dan menerapkan ide-ide baru, kreativitas, dan peningkatan jasa dan produk, serta keterampilan dalam penyesuaian diri dengan lingkungan yang berubah dan menjadi lebih kompetitif. Nasution (2005:44) dalam (Djodjobo, 2014), Inovasi produk dapat diartikan sebagai produk baru secara global, garis produk baru, tambahan untuk garis produk yang sudah tersedia, pembaruan dan revisi produk, serta desain ulang dan penekanan biaya. Inovasi produk dapat diukur dengan tiga indikator menurut Lukas & Ferrel (2000:204) dalam (Djodjobo, 2014) diantaranya: memperluas lini produk (*line extensions*), menirukan produk (*me-too products*), penciptaan produk baru (*new to the world products*). Indikator inovasi produk menurut (Aldina & Margunani, 2022), yaitu mutu produk, jenis produk, serta gaya dan desain produk.

### **Literasi Digital**

Paul Gilster dalam bukunya yang berjudul Digital Literacy dalam (Sasmito & Prestianto, 2021) Literasi digital ialah kemampuan seseorang untuk menyerap dan memanfaatkan berbagai jenis informasi yang tersedia melalui komputer. Terbagi menjadi dua kategori yaitu literasi informasi yang berfokus pada pengetahuan serta literasi teknologi berfokus pada pemahaman pengguna tentang teknologi digital dan kemampuan teknis. Menurut Gilster (1997) dalam (Gunawan Wibowo, 2021) terdapat 4 indikator yang perlu dimiliki oleh pelaku UMKM, sehingga pelaku UMKM tersebut dapat dikatakan memiliki pemahaman berliterasi digital diantaranya: *internet searching, hypertextual navigation, content evaluation, dan knowledge assembly*.

**Kerangka Pemikiran**



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

Hipotesis penelitian :

- H1 : Terdapat pengaruh fasilitas modal (X1) pada pengembangan usaha (Y).
- H2 : Terdapat pengaruh inovasi produk (X2) pada pengembangan usaha (Y).
- H3 : Terdapat pengaruh literasi digital (X3) pada pengembangan usaha (Y)
- H4 : Terdapat pengaruh fasilitas modal (X1) pada inovasi produk (X2).
- H5 : Terdapat pengaruh literasi digital (X3) terhadap inovasi produk (X2).
- H6 : Terdapat pengaruh fasilitas modal (X1) terhadap pengembangan usaha (Y) melalui inovasi produk (X2).
- H7 : Terdapat pengaruh literasi digital (X3) terhadap pengembangan usaha (Y) melalui inovasi produk (X2).

**Metode**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang mengandalkan data primer. Metode yang digunakan adalah *survey research*, di mana informasi dikumpulkan melalui penyusunan daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden. Data primer ini juga dikenal sebagai data asli atau data baru yang mempunyai sifat terkini (Dr. Sandu Siyoto, SKM & M. Ali Sodik, 2015). Teknik pengumpulan data meliputi observasi dan penyebaran kuesioner.

**Tabel 2. Tabel Operasional**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Alat ukur	Skor
1.	Fasilitas Modal (X1)	Menurut Danupranata (2013) dalam (Nurhadi, 2018), Pembiayaan adalah penyediaan fasilitas dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang mengalami kekurangan dana.	a) Modal sebagai syarat usaha b) Sumber modal eksternal c) Hambatan sumber modal d) Besar modal.	K U E S I O	Skor 5 : Sangat Setuju Skor 4 : Setuju Skor 3 :
2.	Inovasi Produk (X2)	Menurut Schiemann (2011) dalam (Avriyanti, 2021), menjelaskan inovasi produk merupakan suatu usaha dengan mengembangkan dan melaksanakan ide-ide baru, kreatifitas yang mendorong ke arah jasa dan produk yang lebih baik, serta ketangkasan beradaptasi dengan lingkungan yang berubah serta lebih kompetitif.	a) Memperluas lini produk b) Menirikan produk c) Penciptaan produk baru d) Kualitas produk e) Varian produk f) Gaya dan desain produk.	N E R	Skor 3 : Ragu-ragu Skor 2 : Tidak Setuju Skor 1 : Sangat Tidak Setuju

**eCo-Buss**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Alat ukur	Skor
3.	Literasi Digital (X3)	Paul Gilster dalam bukunya yang berjudul Digital Literacy dalam (Sasmito & Prestianto, 2021), Literasi digital adalah kemampuan untuk menyerap dan memanfaatkan berbagai jenis informasi yang berasal dari beragam sumber yang dapat diakses melalui komputer.	a) <i>Internet searching</i> b) <i>Hypertextual navigation</i> c) <i>Content evaluation</i> d) <i>Knowledge assembly.</i>		
4.	Pengembangan Usaha (Y)	Pengembangan usaha menurut (Ardiningrum, 2023) merupakan Suatu aktivitas dalam menghasilkan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mengubah berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa sesuai harapan konsumen.	a) Produksi bertambah b) Daya jual produk bertambah c) Lebih luasnya jangkauan pasar d) Karyawan yang bertambah e) Meningkatkan atau stabilnya penghasilan		

Populasi yang diambil adalah pelaku UMKM di Kota Depok sebanyak 2114 pelaku usaha, yang terdiri dari 11 kecamatan. Data diperoleh melalui pengajuan penelitian kepada Dinas KUM Kota Depok. Dengan *Probability Sampling Method*, didapatkan sebanyak 336 sampel. Penentuan jumlah sampel dengan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{2114}{1 + 2114 \cdot 0,05^2}$$

$$n = \frac{2114}{1 + 5,285}$$

$$n = \frac{2114}{6,285}$$

$$n = 336$$

**Keterangan :**

*n* = Jumlah sampel  
*N* = Jumlah populasi  
*e* = Batas toleransi kesalahan pengambilan sampel 5% atau 0,05

Pengolahan data mempergunakan aplikasi SPSS. Teknik analisis data dengan analisis jalur, meliputi : uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), uji hipotesis/uji *Path Analysis* (uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji T, dan uji F), dan Uji Sobel.

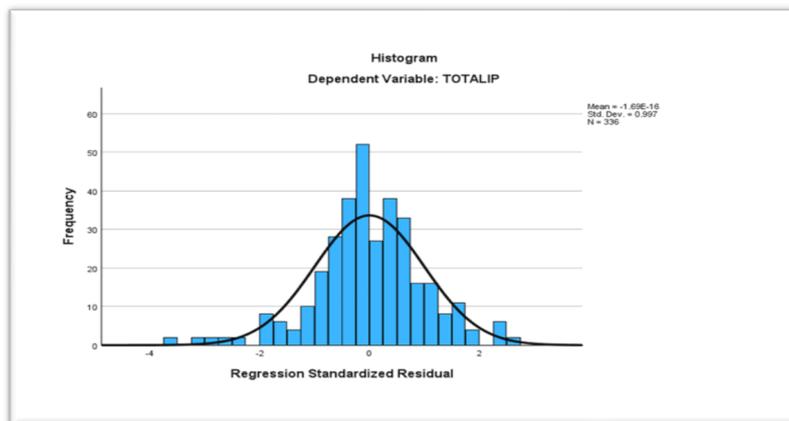
**Hasil**

**1. Uji Asumsi Klasik**

**a. Uji Normalitas**

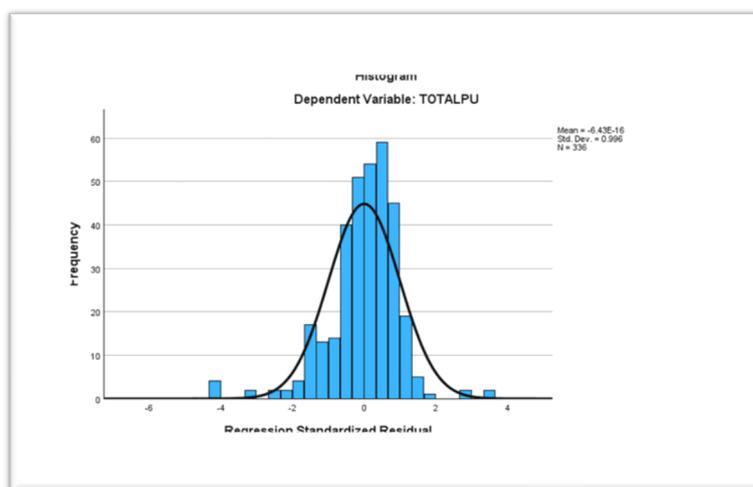
Data dinyatakan terdistribusi normal apabila membentuk sebaran seperti lonceng. Pada pengolahan data uji normalitas sub struktural 1 dan substruktural 2, histogram membentuk sebuah lonceng sehingga data dinyatakan terdistribusi normal.

Sub struktural 1



Gambar 2. Histogram 1

Sub struktural 2



Gambar 3. Histogram 2

**b. Uji Multikolinearitas**

Sub struktural 1

Tabel 3. Hasil 1

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	FM (X1)	.915	1.093
	LD (X3)	.915	1.093
	a. Dependent Variable: IP (X2)		

Sub struktural 2

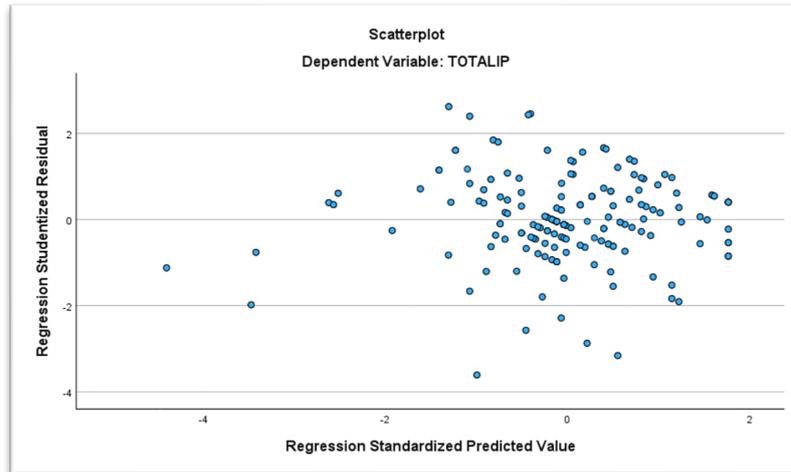
Tabel 4. Hasil 2

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	FM (X1)	.791	1.264
	IP (X2)	.542	1.846
	LD (X3)	.627	1.596
	a. Dependent Variable: PU (Y)		

Data dinyatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas apabila nilai VIF kurang dari 10 dan atau nilai *Tolerance* lebih dari 0,01. Pada pengolahan data uji multikolinieritas sub struktural 1 dan sub struktural 2, nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,01 sehingga data terbebas dari masalah multikolinieritas.

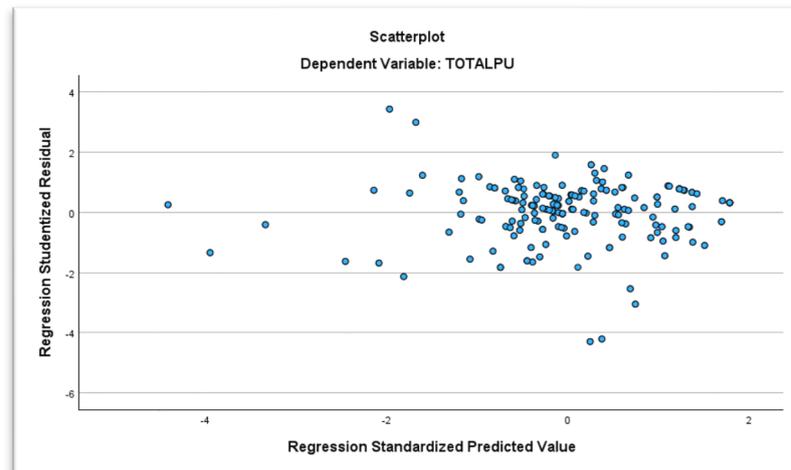
**c. Uji Heteroskedastisitas**

Sub struktural 1



Gambar 4. Scatterplot 1

Sub struktural 2



Gambar 5. Scatterplot 2

Jika titik pada gambar *scatterplots* tidak membentuk suatu pola, titik menyebar di atas/di bawah/di sekitar angka 0 maka tidak terjadi gejala atau masalah heteroskedastisitas. Berdasarkan *output scatterplots*, tidak terbentuk suatu pola dan titik menyebar. Artinya data tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

**2. Uji Hipotesis / *analysis path***

**1. Persamaan sub struktural 1**

Pengaruh fasilitas modal dan literasi digital terhadap inovasi produk  
 $X_2 = PX_2X_1 + PX_2X_3 + \epsilon_1$  .....(1)

Keterangan :

X2 = Inovasi Produk

X1 = Fasilitas Modal

X3 = Literasi Digital

$\epsilon_1$  = Residual

a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 5. Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.677 <sup>a</sup>	.458	.455	3.221
a. Predictors: (Constant), LD, FM				
b. Dependent Variable: IP				

Nilai koefisien determinasi atas *R Square* adalah 0,458. Artinya variabel fasilitas modal (X1) dan literasi digital (X3) secara bersama-sama berdampak pada inovasi produk (X2) sebesar 45,8%. Sedangkan sisanya (100% - 45,8% = 54,2%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini.

b. Uji F

**Tabel 6. Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2923.025	2	1461.512	140.865	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	3454.975	333	10.375		
	Total	6378.000	335			
a. Dependent Variable: IP (X2)						
b. Predictors: (Constant), LD (X3), FM (X1)						

Apabila diperoleh nilai *Sig.* < 0,05, maka hipotesis diterima. Nilai *Sig* yang dihasilkan sebesar 0,001. Maka fasilitas modal dan literasi digital secara simultan berpengaruh terhadap inovasi produk.

c. Uji T

**Tabel 7. Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.041	1.298		5.426	<,001
	FM (X1)	.229	.032	.305	7.230	<,001
	LD (X3)	.533	.043	.522	12.385	<,001
a. Dependent Variable: IP (X2)						

Apabila diperoleh nilai *Sig* < 0,05, maka hipotesis diterima.

Nilai *Sig* pada variabel fasilitas modal sebesar 0,001 dan pada variabel literasi digital sebesar 0,001, maka hipotesis diterima.

1. Terdapat pengaruh variabel fasilitas modal terhadap inovasi produk
2. Terdapat pengaruh variabel literasi digital terhadap inovasi produk

d. Persamaan struktural 1

**Tabel 8. Coefficients**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	7.041	1.298	
	FM (X1)	.229	.032	.305
	LD (X3)	.533	.043	.522
a. Dependent Variable: IP (X2)				

$$\begin{aligned}
 * \epsilon &= (100 - (\text{Nilai } Adjusted R Square \times 100)) : 100 \\
 \epsilon &= (100 - 45,5) : 100 \\
 \epsilon &= 54,5 : 100 \\
 \epsilon &= 0,545 \\
 X_2 &= PX_2X_1 + PX_2X_3 + \epsilon \dots\dots\dots (1) \\
 X_2 &= 0,305 + 0,522 + 0,545 \dots\dots\dots(1)
 \end{aligned}$$

**2. Persamaan sub struktural 2**

**Pengaruh fasilitas modal, inovasi produk, dan literasi digital terhadap pengembangan usaha**

$$Y = PYX_1 + PYX_2 + PYX_3 + \epsilon_2 \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

- Y = Pengembangan usaha
- X<sub>1</sub> = Fasilitas modal
- X<sub>2</sub> = Inovasi Produk
- X<sub>3</sub> = Literasi digital
- ε<sub>2</sub> = Residual

a. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 9. Koefisien Determinasi - 2**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635 <sup>a</sup>	.403	.398	4.274
a. Predictors: (Constant), LD(X3), FM(X1), IP(X2)				
b. Dependent Variable: PU(Y)				

Nilai koefisien determinasi atas *R Square* adalah sebesar 0,403. Hal ini menyatakan bahwa variabel fasilitas modal (X<sub>1</sub>), inovasi produk (X<sub>2</sub>), dan literasi digital (X<sub>3</sub>) secara bersama-sama berdampak pada pengembangan usaha (Y) sebesar 40,3%. Sedangkan 59,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini.

b. Uji F

**Tabel 10. Uji F-2**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4101.436	3	1367.145	74.859	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	6063.314	332	18.263		
	Total	10164.750	335			
a. Dependent Variable: PU(Y)						
b. Predictors: (Constant), LD(X3), FM(X1), IP(X2)						

Apabila diperoleh nilai *Sig.* < 0,05, maka hipotesis diterima. Nilai *Sig* yang dihasilkan sebesar 0,001. Maka fasilitas modal, inovasi produk, dan literasi digital secara simultan berdampak pada pengembangan usaha.

c. Uji T

Tabel 11. Uji T-2

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.355	1.796		3.538	<.001
	FM(X1)	.158	.045	.167	3.498	<.001
	IP(X2)	.485	.073	.384	6.672	<.001
	LD(X3)	.279	.069	.216	4.042	<.001

a. Dependent Variable: PU(Y)

Apabila diperoleh nilai *Sig* < 0,05, maka hipotesis diterima.  
Nilai *Sig* 0,001, maka hipotesis diterima.

1. Terdapat pengaruh variabel fasilitas modal pada pengembangan usaha.
2. Terdapat pengaruh inovasi produk pada pengembangan usaha.
3. Terdapat pengaruh variabel literasi digital pada pengembangan usaha.

d. Persamaan struktural 2

Tabel 12. Cefficients-2

Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	6.355	1.796	
	FM(X1)	.158	.045	.167
	IP(X2)	.485	.073	.384
	LD(X3)	.279	.069	.216

a. Dependent Variable: PU(Y)

$$*\epsilon = (100 - (\text{Nilai } Adjusted R Square \times 100)) : 100$$

$$\epsilon = (100 - 39,8) : 100$$

$$\epsilon = 60,2 : 100$$

$$\epsilon = 0,602$$

$$Y = PYX1 + PYX2 + PYX3 + \epsilon_2 \dots\dots\dots(2)$$

$$Y = 0,167 + 0,384 + 0,216 + 0,602 \dots\dots\dots(2)$$

3. Uji Sobel

Uji Sobel membantu menentukan apakah hubungan antara variabel independen dan dependen dapat dijelaskan sebagian atau seluruhnya oleh variabel mediasi.

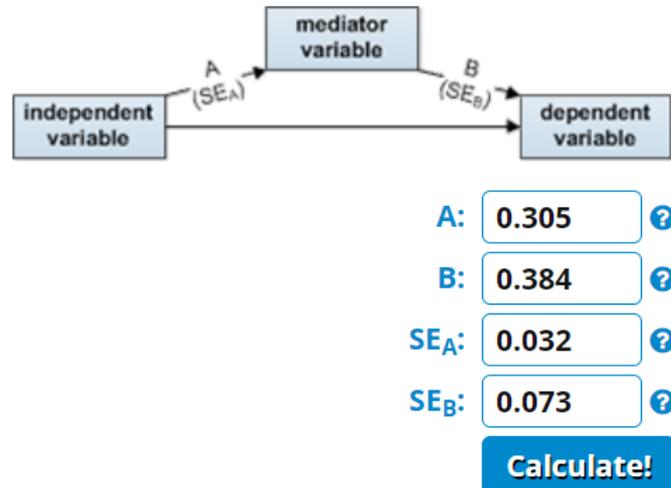
**a. Pengaruh Fasilitas Modal (X1) terhadap Pengembangan Usaha (Y) melalui Inovasi Produk (X2)**

a = Koefisien X1 terhadap X2 = 0,305

b = koefisien X2 terhadap Y = 0,384

Sa = standar error X1 terhadap X2 = 0,032

Sb = standar error X2 terhadap Y = 0,073



**Sobel test statistic: 4.60544057**

**One-tailed probability: 0.00000206**

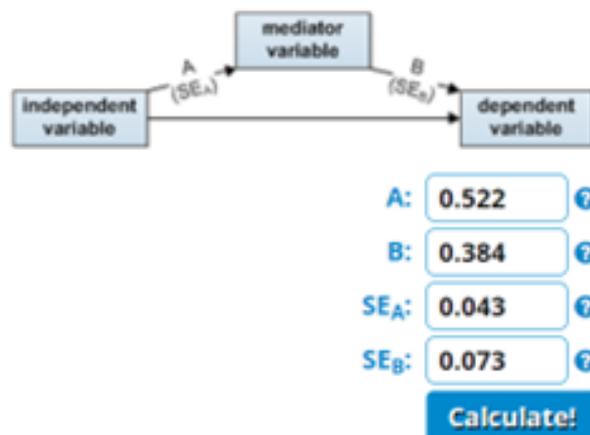
**Two-tailed probability: 0.00000412**

**Gambar 6. Uji Sobel - 1**

Apabila nilai *two-tailed probability* < 0.05, maka terdapat pengaruh variabel mediasi. Berdasarkan output dengan *Sobel Test Calculator for the Significance of Mediation*, memperlihatkan nilai 0.00000412. Maka dapat disimpulkan, terdapat pengaruh fasilitas modal terhadap pengembangan usaha melalui inovasi produk. Sehingga, inovasi produk turut mempengaruhi tingkat pengembangan usaha secara tidak langsung.

**b. Pengaruh literasi digital (X3) terhadap pengembangan usaha (Y) melalui Inovasi Produk (X2)**

- a = koefisien X3 terhadap X2 = 0,522
- b = koefisien X2 terhadap Y = 0,384
- Sa = standar error X3 terhadap X2 = 0,043
- Sb = standar error X2 terhadap Y = 0,073



**Sobel test statistic: 4.82662170**

**One-tailed probability: 0.00000069**

**Two-tailed probability: 0.00000139**

**Gambar 6. Uji Sobel - 2**

Apabila nilai *two-tailed probability*  $< 0.05$ , maka terdapat pengaruh variabel mediasi. Berdasarkan hasil yang diperoleh dengan *Sobel Test Calculator for the Significance of Mediation*, menunjukkan nilai 0.00000412. Maka dapat disimpulkan, terdapat pengaruh literasi digital terhadap pengembangan usaha melalui inovasi produk. Sehingga, inovasi produk turut mempengaruhi tingkat pengembangan usaha secara tidak langsung.

## Pembahasan

Adanya dampak positif dan signifikan fasilitas modal pada pengembangan usaha hal ini ditunjukkan dengan nilai *sig* yang dihasilkan  $0,001 < 0,05$ , maka H1 diterima. Hipotesis kedua, menunjukkan adanya pengaruh inovasi produk terhadap pengembangan usaha hal ini ditunjukkan dengan nilai *sig* yang dihasilkan yaitu  $0,001 < 0,05$ , maka H2 diterima. Hipotesis ketiga, menunjukkan adanya pengaruh literasi digital terhadap pengembangan usaha hal ini ditunjukkan dengan nilai *sig* yang dihasilkan yaitu  $0,001 < 0,05$ , maka H3 diterima. Pada hipotesis keempat, menunjukkan adanya pengaruh fasilitas modal terhadap inovasi produk hal ini ditunjukkan dengan nilai *sig* yang dihasilkan yaitu  $0,001 < 0,05$ , maka H4 diterima. Hipotesis kelima, menunjukkan adanya pengaruh literasi digital terhadap inovasi produk hal ini ditunjukkan dengan nilai *sig* yang dihasilkan yaitu  $0,001 < 0,05$ , maka hipotesis kelima diterima. Adapun hasil uji koefisien determinasi, fasilitas modal dan literasi digital secara bersama-sama berdampak pada inovasi produk dengan *R-Square* 0,458 atau 45,8%. Hasil uji koefisien determinasi kedua yaitu fasilitas modal, inovasi produk, dan literasi digital secara bersama-sama berdampak pada pengembangan usaha dengan perolehan *R-Square* 0,403 atau 40,3%.

Pada pengujian uji sobel terdapat pengaruh tidak langsung fasilitas modal terhadap pengembangan usaha melalui inovasi produk yang dinyatakan dengan hasil *two-tailed probability*  $< 0,05$  yaitu  $0,00000412 < 0,05$ . Begitupula dengan uji Sobel kedua, terdapat dampak tidak langsung literasi digital pada pengembangan usaha melalui inovasi produk yaitu  $0,00000139 < 0,05$ .

## Kesimpulan

Variabel fasilitas modal dan literasi digital terbukti berdampak positif dan signifikan pada inovasi produk. Kemudahan akses modal produktif bagi pelaku UMKM dan peningkatan literasi digital dapat mendorong kreativitas dalam inovasi produk. Berdasarkan analisis data, variabel fasilitas modal, inovasi produk, dan literasi digital juga berdampak positif dan signifikan pada pengembangan usaha. Artinya tambahan modal eksternal, kreativitas dalam inovasi, serta kemampuan literasi digital dan pemanfaatan media digital dapat membantu UMKM dalam mengembangkan usaha mereka. Variabel fasilitas modal dan literasi digital berpengaruh tidak langsung terhadap pengembangan usaha melalui inovasi produk, dan secara simultan keduanya berpengaruh terhadap inovasi produk. Secara keseluruhan, fasilitas modal, inovasi produk, dan literasi digital secara bersama-sama mempengaruhi pengembangan usaha.

Beberapa saran untuk membantu UMKM maju dan bertahan. Pemilik UMKM diharapkan dapat meningkatkan kreativitas dan kemampuan dalam memanfaatkan media digital untuk pemasaran, branding produk, dan mencari ide baru demi pengembangan usaha. Modal usaha dari pinjaman eksternal harus digunakan dengan bijak untuk kemajuan usaha. Pemerintah, bank, koperasi, dan lembaga lain juga perlu berperan dalam pengembangan UMKM dengan menyediakan pelatihan dan kemudahan pemberian pinjaman modal untuk kegiatan produktif, dengan tujuan meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi variabel dan indikator yang dapat meningkatkan pengembangan UMKM, sehingga dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM dan pihak yang berkontribusi dalam meningkatkan usaha agar lebih maju dan berkembang.

---

---

**Daftar Pustaka**

- Aldina, R. P., & Margunani, M. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Tenaga Kerja, dan Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM Kerajinan di Kecamatan Purwanegara Banjarnegara. *Business and Accounting Education Journal*, 3(1), 83–91. <https://doi.org/10.15294/baej.v3i1.59271>
- Ali Samsuri. (2022). Sinergisitas Bank Indonesia Kantor Perwakilan Kediri Dalam Pengembangan UMKM. *Malia (Terakreditasi)*, 13(1), 141–166. <https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2918>
- Amani, N. K. (2021). *Mendag Lutfi Ungkap 3 Masalah Utama UMKM Indonesia*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4695928/mendag-lutfi-ungkap-3-masalah-utama-umkm-indonesia>
- Ardiningrum, A. (2023). *Strategi Pengembangan Pada Pelaku Usaha Laundry ( Griya Laundry Karawang )*. 2(3), 220–225.
- Avriyanti, S. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong). *Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Admnistrasi Bisnis*, 5(2), 61–73. <https://doi.org/10.35722/pubbis>
- Djodjoho, C. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Makassar. *EMBA*, 2, 1214–1224. <https://doi.org/10.33096/paradoks.v4i1.768>
- Dr. Sandu Siyoto, SKM, M. K., & M. Ali Sodik, M. a. (2015). Dasar Metodologi Penelitian Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes M. Ali Sodik, M.A. 1. *Dasar Metodologi Penelitian*, 1–109.
- Gunawan Wibowo, Y. (2021). Analisa Literasi Digital Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Makanan Islami Dalam Kemasan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 128.
- Kemenko Perekonomian. (2022). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian*, 1–2.
- Maharani, A. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio M3 125 Bluecore (Studi Di Dealer Yamaha Surabaya Selatan). *JIM Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(4), 1–8.
- Nurhadi, N. (2018). Pembiayaan Dan Kredit Di Lembaga Keuangan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 1(2), 14–24. [https://doi.org/10.25299/jtb.2018.vol1\(2\).2804](https://doi.org/10.25299/jtb.2018.vol1(2).2804)
- Perdagangan dalam Negeri, D. J. (2022). Laporan Kinerja 2022. *Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri*.
- Rizky, A. I., Kusumadewi, R., & Saefulloh, E. (2022). Pengaruh Pelatihan dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Pada UMKM di Kecamatan Cigugur). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 361–376. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v3i1.1680>
- Saparingga, W., Nurhasanah, N., & Nurhayati, N. (2015). Analisis Perbandingan Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Sebelum Dan Sesudah Mendapatkan Fasilitas Pembiayaan Mikro (Studi Kasus Di Brisyariah Kcp Kopo Bandung). *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 314–321.
- Sasmito, Y. W. D., & Prestianto, B. (2021). Analisis Tingkat Literasi Digital Dan Penerapan E-Commerce Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi Dan Perpajakan (Jemap)*, 4(1), 145. <https://doi.org/10.24167/jemap.v4i1.3148>
- Widyastuti, T., & Parianom, R. (2022). Pengembangan dan Pemberdayaan UMKM Kota Depok Di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(1), 203–212. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i1.16718>