

DETERMINAN SUSTAINABILITY UMKM MELALUI FINANCIAL LITERACY, MODAL USAHA, KONTRIBUSI PEMERINTAH, DAN DIGITAL MARKETING

Niswah Hazratil Mufidah, Supardi dan Eliya Isfaatun*

STIE Nusa Megarkencana

Jl. A.M. Sangaji, Cokrodiningratan, Jetis, Yogyakarta 55233
nihazra68@gmail.com, supardi.stienus@gmail.com, isfaatuneliya@gmail.com

*Corresponding Author

ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Besarnya kontribusi UMKM dalam perekonomian Indonesia, maka diperlukan dukungan dengan pemberdayaan UMKM yang berkualitas untuk mengembangkan potensi UMKM agar mampu bertahan atau sustainable. Penelitian dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan, modal usaha, kontribusi pemerintah, dan digital marketing terhadap keberlanjutan UMKM di Kabupaten Sleman.

Jumlah populasi pelaku UMKM di Kabupaten Sleman sebanyak 90.574 UMKM, ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin, menghasilkan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dapat mewakili UMKM. Metode pemilihan responden menggunakan probability sampling dengan sampling acak sederhana. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji regresi linear berganda, uji parsial (t), dan uji simultan (F) dengan menggunakan bantuan SPSS versi 20 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan modal usaha tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Kabupaten Sleman, sedangkan variabel kontribusi pemerintah dan digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Kabupaten Sleman. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa literasi keuangan, modal usaha, kontribusi pemerintah, dan digital marketing secara serentak berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Kabupaten Sleman.

Kata Kunci: literasi keuangan, modal usaha, kontribusi pemerintah, digital marketing, dan keberlanjutan UMKM

PENDAHULUAN

Peranan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia sangat besar yaitu mencapai 99% dari seluruh unit usaha. Pangsa UMKM dalam produk domestik bruto sebesar 60,5% dan pangsa lapangan kerja 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Keberlanjutan (*sustainability*) UMKM merupakan bentuk keberhasilan

UMKM dalam mempertahankan bisnisnya dengan mengupayakan seluruh sumber daya yang ada. Baik berupa sumber daya manusia atau sumber daya modal yang dimiliki untuk menjalankan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Hal-hal mempengaruhi keberlanjutan (*sustainability*) khususnya pada UMKM dapat dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya adalah literasi keuangan (*financial literacy*). Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Lilik Ambarwati dan Lukia Zuraida (2020) menunjukkan bahwa *financial literacy* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha (*sustainability*) pada UMKM Desa Panggungharjo. Bunga Permata Sari, dkk (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha (*sustainability*) UMKM. Ni Cening Putri Eka Ayu dan Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi (2021)

mengungkapkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM (*sustainability*) di Kecamatan Buleleng.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ni Cening Putri Eka Ayu & Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi (2021) modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan (*sustainability*) UMKM. Modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM (Lestari, 2020). Sedangkan dalam penelitian Azzahra et al. (2021), mengungkapkan bahwa modal usaha tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan (*sustainability*) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kontribusi pemerintah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan (*sustainability*) UMKM (Fitri, Ali Jamaludin, & Rini Rostini, 2022).

Pada tahun 2022 Kementerian Koperasi dan UMKM mencatat jumlah UMKM 32,44% dari 64 juta unit UMKM yang telah memasuki ekosistem digital (dataindonesia.id). *Digital marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *sustainability business* (Putu Purnama Dewi dan I Gusti Ngurah Putra Sudhiksa, 2022).¹ Penggunaan teknologi digital sangat mendorong kemajuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dengan *digital marketing* pelaku UMKM dapat menjangkau target konsumen yang lebih besar, sehingga menciptakan keberlanjutan UMKM (*sustainability*). Shofiatul Mila dan Siti Abdillah Nurhidayah (2022) menyatakan bahwa variabel inovasi digital berpengaruh terhadap keberlanjutan (*sustainability*) UMKM. Fitri, Ali Jamaludin, dan Rini Rostini (2022) *financial literacy*, kontribusi pemerintah, serta *financial resources* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif, dengan subjek penelitian adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Objek penelitian adalah

pengaruh *financial literacy* (X_1), modal usaha (X_2), kontribusi pemerintah (X_3), dan *digital marketing* (X_4) terhadap variabel dependen keberlanjutan (*sustainability*) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Y).

Populasi berjumlah 90.574 UMKM di Kabupaten Sleman bersumber dari Portal Sistem Satu Data UMKM melalui website resmi www.dataumkm.slemankab.go.id.¹

Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* yaitu pengambilan sampel dengan memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan *simple random sampling* atau sampel acak sederhana yang merupakan teknik pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2019:129).

Teknik pengambilan sampel dengan rumus Slovin dengan tingkat keyakinan 90% dan margin error 10% sehingga kesalahan maksimal yang ditoleransi sebesar 10%. Adapun rumus Slovin sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = margin of error (10%)

$$n = \frac{90.574}{1+90.574(0,1)^2}$$

$$n = 99.88971$$

Berdasarkan perhitungan rumus Slovin minimal sampel yang dapat mewakili sebanyak 99.88971 atau 100 sampel (pembulatan) UMKM di wilayah Kabupaten Sleman untuk dapat memenuhi tingkat margin error 10%.

Metode Pengumpulan Data

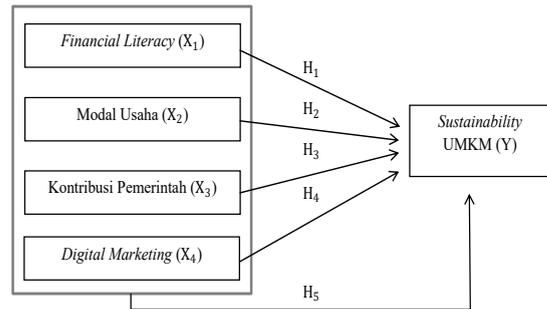
Peneliti mendapatkan responden melalui instagram UMKM di setiap kapanewon di Kabupaten Sleman. Berdasarkan data di instagram, pelaku UMKM dihubungi melalui nomor *Whatsapp*

dan memberikan link google <https://bit.ly/PenelitianKeberlanjutanUMKM>. UMKM yang merespon kuisioner dari instagram sebanyak 35 responden dan Jumlah yang mengisi kuesioner pada saat pameran UMKM di FKH UGM sebanyak 41 responden. 1 24 responden lainnya merupakan UMKM di beberapa wilayah di Sleman.

Metode Analisis Data

Penelitian sebelumnya dengan tema sama dilakukan oleh Lilik Ambarwati dan Lukia Zuraida (2020), Bunga Permata Sari, et.al (2022), Ni Cening Putri Eka Ayu & Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi (2021) menunjukkan *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM. Sedangkan, penelitian Shofiatul Mila dan Siti Abdillah Nurhidayah (2022) menyatakan literasi finansial tidak berpengaruh.

Penelitian Ni Cening Putri Eka Ayu & Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi (2021) terkait modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM. Dalam variabel kontribusi pemerintah menurut penelitian Fitri, dkk (2022) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM. Berbeda dengan Putu Purnama Dewi dan I Gusti Ngurah Putra Sudhiksa (2022), Shofiatul Mila dan Siti Abdillah Nurhidayah (2022) yang menyatakan bahwa *sustainability* UMKM dipengaruhi oleh *digital marketing* secara positif dan signifikan. Berdasarkan Penelitian sebelumnya yang menunjukkan hasil penelitian yang memiliki perbedaan antara satu peneliti dengan lainnya, sehingga peneliti mencoba melakukan penelitian kembali yang relevan dengan menggunakan lokasi penelitian yang berbeda yaitu di Kabupaten Sleman. Gambar 1. berikut adalah Model penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis:

H₁ : *Financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman.

H₂ : *Modal usaha* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman.

H₃ : *Kontribusi pemerintah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman.

H₄ : *Digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman.

H₅ : *Financial literacy, modal usaha, kontribusi pemerintah, dan digital marketing* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen (Rochmat Aldy Purnomo, 2016). Rumus regresi linear berganda digambarkan dalam bentuk persamaan sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y₁ = Keberlanjutan UMKM (*Sustainability*)

β_0 1 = konstanta

X₁ = *Financial Literacy*

X₂ = *Modal Usaha*

X₃ = *Kontribusi Pemerintah*

X₄ = *Digital Marketing*

β_1 = koefisien regresi X₁

β_2 = koefisien regresi X₂

β_3 = koefisien regresi X₃

β_4 = koefisien regresi X₄

ε 1 = standar error

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Populasi UMKM di Kabupaten Sleman berjumlah 90.574 menurut www.dataumkm.slemankab.go.id terdiri dari 7 bidang usaha. Berikut gambaran umum UMKM di Kabupaten Sleman berdasarkan bidang usaha :

Tabel 1
Bidang Usaha UMKM Kabupaten Sleman

No	Sektor Usaha	Jumlah
1	Kuliner	7.435
2	Fashion	2.417
3	Pendidikan	47
4	Otomotif	1.514
5	Agrobisnis	1.066
6	Teknologi Informasi	316
7	Perdagangan dan Jasa	14.344

Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 100 responden berdasarkan kecukupan sampel dengan rumus Slovin. Responden dengan jenis kelamin perempuan sebesar 90% dan sisanya sebesar 10% jenis kelamin laki-laki. Untuk usia di bawah usia 20 tahun sebesar 2%, 21-35 tahun sebesar 33%, 36-50 tahun sebesar 50%, dan umur diatas 50 tahun sebesar 15%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM berumur 36-50 tahun.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif karakteristik lama usaha dari jumlah sampel sebanyak 100 responden terdapat UMKM dengan lama usaha di bawah usia 1 tahun sebesar 14%, UMKM dengan lama usaha 1-2 tahun sebesar 20%, UMKM dengan lama usaha 3-5 tahun sebesar 31%, dan UMKM dengan lama usaha di atas 5 tahun sebesar 35%. Sehingga, dalam penelitian ini rata rata pelaku usaha UMKM dengan usia di atas 5 tahun.

Untuk UMKM terbanyak berdasarkan kapanewon, yaitu Godean 24%, Moyudan 10%, Sleman 9%, Seyegan dan Kalasan 8%, Ngaglik dan Turi 7%, Mlati 6%, Depok dan Gamping 5%, Tempel 3%, Minggir, Berbah, Ngemplak, dan Pakem masing-masing sebesar 2%.

Variabel Penelitian

Berdasarkan tabel 1 statistik deskriptif menunjukkan nilai min, max, mean dan standar deviasi sebagai berikut:

Tabel 2.

Hasil Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	N	Min	Max	Mean	SD
Financial literacy (X_1)	100	10	30	23,51	3,976
Modal usaha (X_2)	100	8	30	22,06	4,180
Kontribusi pemerintah (X_3)	100	8	40	31,44	7,126
Digital marketing (X_4)	100	10	30	23,25	4,239
Sustainability UMKM (Y)	100	8	35	29,36	4,800

Variabel *financial literacy* (X_1) memiliki nilai minimum 10, nilai maksimum 30, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 23,51 dan standar deviasi sebesar 3,976. Variabel modal usaha (X_2) memiliki nilai minimum 8, nilai maksimum 30, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 22,06, dan standar deviasi sebesar 4,180. Kontribusi pemerintah (X_3) memiliki nilai minimum 8, nilai maksimum 40, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 31,44, dan standar deviasi sebesar 7,126. *Digital marketing* (X_4) memiliki nilai minimum 10, nilai maksimum 30, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 23,25, dan standar deviasi sebesar 4,239. Variabel *sustainability* UMKM (Y) memiliki nilai minimum 8, nilai maksimum 35, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 29,36, dan standar deviasi sebesar 4,800. Nilai rata-rata (*mean*) semua variabel dalam penelitian ini lebih besar dari standar deviasi yang berarti baik dan tidak terjadi penyimpangan data.

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Hasil Uji Validitas

Uji validitas menggunakan korelasi pearson. Pengujian signifikansi dengan kriteria r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 (5%) dengan uji 2 sisi dengan df sebesar $N-2 = 100-2 = 98$, maka didapatkan r tabel sebesar 0,1966. Jika r hitung \geq r tabel maka dinyatakan valid dan sebaliknya.

Berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa seluruh variabel baik independen maupun dependen memiliki r hitung lebih besar daripada r tabel. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data dinyatakan valid.

Hasil Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas. Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah instrumen bersifat reliabel atau tidak dengan menggunakan batasan 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 dapat dikatakan kurang baik,

sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Adapun hasil uji reabilitas dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut :

Tabel 3
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Financial literacy (X_1)	0,832	Reliabel
Modal usaha (X_2)	0,729	Reliabel
Kontribusi pemerintah (X_3)	0,944	Reliabel
Digital marketing (X_4)	0,816	Reliabel
Sustainability UMKM (Y)	0,912	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* (X_1) memiliki nilai cronbach'Alpha 0,832 > 0,6 berarti baik, variabel modal usaha (X_2) memiliki nilai cronbach'Alpha 0,729 > 0,6 berarti dapat diterima, variabel kontribusi pemerintah (X_3) memiliki nilai cronbach'Alpha 0,944 > 0,6 berarti baik, variabel *digital marketing* (X_4) memiliki nilai cronbach'Alpha 0,816 > 0,6 berarti baik, dan sustainability UMKM (Y) memiliki nilai cronbach'Alpha 0,912 > 0,6 berarti baik. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semua dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan metode uji One Sample Kolomogorov Smirnov diketahui nilai signifikansi 0.724 lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen (Rochmat Aldy Purnomo, 2016). Regresi linear berganda digambarkan dalam bentuk persamaan sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Berikut merupakan hasil uji regresi linear berganda pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.062	1.958		3.097	.003
Financial Literacy	.127	.106	.105	1.200	.233
1 Modal Usaha	.142	.100	.124	1.425	.158
Kontribusi Pemerintah	.208	.064	.309	3.257	.002
Digital Marketing	.457	.092	.403	4.974	.000

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel di atas dapat digambarkan dalam persamaan berikut :

$$Y = 6,602 + 0,127X_1 + 0,142X_2 + 0,208X_3 + 0,457X_4 + \varepsilon$$

Sehingga dapat diinterpretasikan hasil sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 6,602 menunjukkan jika variabel *financial literacy* (X_1), modal usaha (X_2), kontribusi pemerintah (X_3) dan *digital marketing* (X_4) bernilai konstan, maka variabel *sustainability* UMKM (Y) memiliki nilai positif 6,602 satuan. Nilai konstanta sebesar 6,602 menunjukkan saat variabel *sustainability* UMKM (Y) belum dipengaruhi oleh variabel independen. Jika variabel independen tidak ada maka variabel *sustainability* UMKM (Y) tidak mengalami perubahan.
2. Variabel *financial literacy* (X_1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,127 menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* (X_1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel *sustainability* UMKM (Y).
3. Variabel modal usaha (X_2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,142 menunjukkan bahwa variabel modal usaha (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel *sustainability* UMKM (Y).
4. Variabel kontribusi pemerintah (X_3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,208 menunjukkan bahwa variabel kontribusi pemerintah (X_3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel *sustainability* UMKM (Y).

5. Variabel *digital marketing* (X_4) memiliki koefisien regresi sebesar 0,457 menunjukkan bahwa variabel *digital marketing* (X_4) mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel *sustainability* UMKM (Y).

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Parsial (t)

Uji parsial (t) merupakan pengujian signifikansi untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Rumus hitung :

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$1 = t (0,05/2 ; 100-4-1)$$

$$1 = t (0,025 ; 95)$$

$$1 = 1,98525 \text{ (lihat tabel distribusi t)}$$

Adapun kriteria dasar pengambilan keputusan adalah berdasarkan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel, maka H_a diterima, hal ini berarti bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $> 0,05$ dan nilai t hitung $< t$ tabel, maka H_a ditolak, hal ini berarti bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Berikut merupakan hasil uji regresi dengan uji t yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 5

Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.062	1.958		3.097	.003
1 Financial Literacy	.127	.106	.105	1.200	.233
Modal Usaha	.142	.100	.124	1.425	.158
Kontribusi Pemerintah	.208	.064	.309	3.257	.002
Digital Marketing	.457	.092	.403	4.974	.000

a. Dependent Variable: Sustainability

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa:

Hipotesis pertama penelitian ini menduga bahwa *financial literacy* (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan (*sustainability*) UMKM (Y).

$H_{a1} : 1$ *Financial literacy* (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap *sustainability* UMKM (Y).

Kriteria :

Dengan *level of significance* 5%1 dengan *degre of freedom* $= (n-k)$,

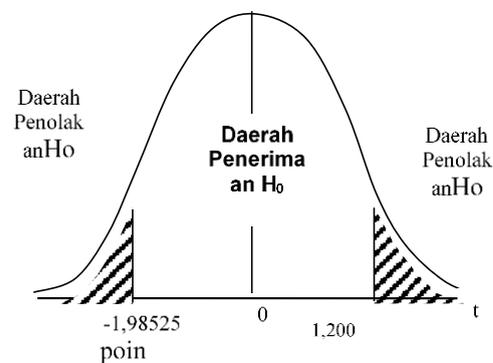
Jika : $- t \text{ hitung} < - t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, atau $p < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika : $- t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, atau $p > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika H_0 ditolak dan H_a diterima berarti variabel *financial literacy* berpengaruh secara signifikan terhadap *sustainability* UMKM (Y).

Berdasarkan hasil tabel diperoleh nilai t hitung = 1,200 $< t$ tabel = 1,98525 atau nilai signifikan 0,233 $>$ Level of Significant = 0,05. Dengan demikian berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara *financial literacy* terhadap *sustainability* UMKM (Y).

Adapun Uji t dalam bentuk gambar adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Gambar Daerah Penerimaan H_0

Pembahasan Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama menduga bahwa *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman.

Financial literacy adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam

rangka mencapai kesejahteraan (SAL Surat Edaran OJK No 30 /SEOJK.07/2017).

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan variabel *financial literacy* memiliki nilai koefisien regresi 0,127, nilai signifikan 0,233, dan nilai t hitung sebesar $1,200 < \text{nilai } 1,98525$ (t tabel) hal ini menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi bernilai positif, akan tetapi hasil signifikansi tersebut lebih besar dari Level of Significant 0,05. Hasil pengujian hipotesis ini tidak terbukti kebenarannya. Sehingga dapat dikatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman. Masih banyak masyarakat yang belum mengetahui dan memahami pentingnya *financial literacy*.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Shofiatul Mila & Siti Abdillah Nurhidayah (2022) bahwa literasi finansial tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan (*sustainability*) UMKM. Namun, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Lilik Ambarwati & Lukia Zuraida (2020), Bunga Permata Sari, et.al (2022), Ni Cening Putri Eka Ayu & Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi (2021) yang menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha (*sustainability*) UMKM.

Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua penelitian ini menduga bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman. Modal usaha adalah sesuatu yang digunakan untuk mendirikan atau menjalankan usaha. Modal merupakan suatu kekayaan yang dimiliki oleh pemilik usaha baik dalam bentuk barang maupun uang guna memperoleh keuntungan di masa yang akan datang (Muhammad, 2020).

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan variabel modal usaha memiliki nilai koefisien regresi 0,142, nilai signifikan 0,158, dan nilai t hitung sebesar $1,425 < \text{nilai } 1,98525$ (t tabel) hal ini menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi bernilai positif, akan tetapi hasil signifikansi tersebut lebih besar dari Level of Significant 0,05. Hasil

pengujian hipotesis ini tidak terbukti kebenarannya. Sehingga, dapat dikatakan bahwa modal usaha berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ni Cening Putri Eka Ayu & Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi (2021) bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan (*sustainability*) UMKM.

Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga penelitian ini menduga bahwa kontribusi pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman.

Kontribusi pemerintah dalam pemberdayaan UMKM merupakan upaya yang dilakukan pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri (UU No. 20 Tahun 2008).

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel kontribusi pemerintah yaitu sebesar 0,002 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,208. Hasil dari signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 dan nilai koefisien regresi bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa kontribusi pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman.

Nilai koefisien regresi bernilai positif yang berarti setiap kenaikan 1 satuan kontribusi pemerintah dapat meningkatkan *sustainability* UMKM sebesar 0,208 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lainnya tetap.

Hasil dari signifikansi variabel kontribusi pemerintah yaitu sebesar 0,0021 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 maka dari hasil pengujian hipotesis ketiga ini terbukti kebenarannya bahwa kontribusi pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman. Hal ini berarti tingkat

kontribusi pemerintah yang baik dapat meningkatkan *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman

Kontribusi pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM. Hal ini terjadi karena pemerintah memberikan fasilitas kepada pelaku UMKM dengan memperluas bantuan pendanaan usaha, dengan adanya fasilitas berupa sumber pendanaan kepada para pelaku UMKM maka selanjutnya kontribusi pemerintah akan terus meningkat, dengan meningkatnya kontribusi pemerintah maka akan meningkatkan *sustainability* UMKM. Oleh karena itu, pemerintah diharapkan dapat meningkatkan berbagai fasilitas berupa sumber pendanaan yang dapat menunjang kemajuan dan keberlanjutan UMKM.

Kontribusi pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM. Hal ini terjadi karena pemerintah memberikan dukungan kepada pelaku UMKM dengan kegiatan pelatihan, penyuluhan, serta motivasi usaha kepada para pelaku UMKM, dengan adanya hal tersebut maka selanjutnya kontribusi pemerintah akan semakin meningkat, dengan meningkatnya kontribusi pemerintah maka akan dapat meningkatkan *sustainability* UMKM. Oleh karena itu, pemerintah diharapkan dapat meningkatkan dukungan kepada pelaku UMKM baik pelatihan, penyuluhan, serta motivasi usaha yang dapat menunjang kemajuan dan keberlanjutan UMKM.

Kontribusi pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM. Hal ini terjadi karena pemerintah memberikan tambahan bantuan berupa insentif kepada pelaku UMKM untuk mendukung kemajuan UMKM, dengan adanya bantuan insentif untuk pelaku usaha UMKM maka selanjutnya kontribusi pemerintah akan semakin meningkat, dengan meningkatnya kontribusi pemerintah maka dapat meningkatkan *sustainability* UMKM. Oleh karena itu, pemerintah diharapkan dapat terus membantu para pelaku usaha UMKM dengan bantuan insentif yang dapat menunjang kemajuan dan keberlanjutan UMKM.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Fitri, Ali Jamaludin, & Rini Rostini (2022) yang menunjukkan bahwa kontribusi pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM.

Hipotesis Keempat

Hipotesis keempat menduga bahwa *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman.

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial media (Dewi Komala Sari, dkk 2021).

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel *digital marketing* yaitu sebesar 0,00 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,457. Hasil dari signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 dan nilai koefisien regresi bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman.

Nilai koefisien regresi bernilai positif yang berarti setiap kenaikan 1 satuan *digital marketing* dapat meningkatkan *sustainability* UMKM sebesar 0,457 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lainnya tetap.

Hasil dari signifikansi variabel *digital marketing* yaitu sebesar 0,0001 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 maka dari hasil pengujian hipotesis keempat ini terbukti kebenarannya bahwa *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman. Hal ini berarti tingkat *digital marketing* yang baik dapat meningkatkan *sustainability* UMKM di Kabupaten Sleman

Digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM. Hal ini terjadi karena pelaku usaha UMKM sudah banyak yang menggunakan website sebagai sarana promosi UMKM secara online, dengan banyaknya website bisnis UMKM maka selanjutnya penggunaan *digital marketing* akan terus meningkat, dengan meningkatnya *digital*

marketing maka akan meningkatkan *sustainability* UMKM. Oleh karena itu, para pelaku usaha UMKM diharapkan dapat memanfaatkan berbagai sarana *digital marketing* yang dapat menunjang kemajuan dan keberlanjutan UMKM.

Digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM. Hal ini terjadi karena pelaku usaha UMKM sudah banyak yang menggunakan media periklanan online seperti media sosial *Facebook Ads*, *Instagram*, *Whatsapp*, dan sebagainya sebagai sarana promosi UMKM, dengan semakin banyaknya UMKM yang menggunakan media periklanan online maka penggunaan *digital marketing* akan terus meningkat, dengan meningkatnya *digital marketing* maka akan meningkatkan *sustainability* UMKM. Oleh karena itu, para pelaku usaha UMKM diharapkan dapat memanfaatkan media periklanan online seperti media sosial *Facebook Ads*, *Instagram*, *Whatsapp*, dan sebagainya yang dapat menunjang kemajuan dan keberlanjutan UMKM.

Digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM. Hal ini terjadi karena pelaku usaha UMKM banyak menggunakan *marketplace* sebagai sarana promosi UMKM, dengan semakin banyaknya UMKM yang menggunakan *marketplace* maka penggunaan *digital marketing* akan terus meningkat, dengan meningkatnya *digital marketing* maka akan meningkatkan *sustainability* UMKM. Oleh karena itu, para pelaku usaha UMKM diharapkan dapat memanfaatkan *marketplace* seperti Tokopedia, Bukalapak, BliBli.com, JD.ID, Shopee, dan sebagainya yang dapat membantu meningkatkan omzet penjualan dan keberlanjutan UMKM.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Putu Purnama Dewi & I Gusti Ngurah Putra Sudhiksa (2022) yang menyatakan bahwa *digital marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *sustainability business* UMKM. Hasil penelitian juga sejalan dengan penelitian Febriyantoro, dkk (2018) yang menyatakan bahwa *digital marketing* memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi

secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan *awareness* dan meningkatkan penjualan bagi UMKM.

Hipotesis Kelima

Hipotesis kelima menduga bahwa *financial literacy*, modal usaha, kontribusi pemerintah, dan *digital marketing* secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability* UMKM.

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar $45,250 > 2,47$ (F tabel) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti hasil pengujian hipotesis kelima ini terbukti kebenarannya. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel *financial literacy*, modal usaha, kontribusi pemerintah, dan *digital marketing* secara simultan (bersama-sama) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen *sustainability* UMKM.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa salah satu yang menjadi faktor penting keberlanjutan (*Sustainability*) UMKM di Kabupaten Sleman adalah perlunya teknologi yaitu adanya *Digital Marketing*. Selain itu kontribusi pemerintah terhadap UMKM juga menjadi faktor penting terhadap keberlanjutan (*Sustainability*) UMKM. Berbeda dengan variabel *financial literacy*, dan Modal Usaha tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan (*sustainability*) UMKM di Kabupaten Sleman.

Secara bersama sama (simultan) variabel *financial literacy*, modal usaha, kontribusi pemerintah, dan *digital marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan (*sustainability*) UMKM di Kabupaten Sleman.

Perkembangan teknologi saat ini tidak dapat dihindari bagi UMKM. *Digital Marketing* menjadi sangat penting untuk digunakan dalam memperkenalkan produk kepada konsumen. Sosial media dapat menjadi alternatif pemanfaatan *Digital*

Marketing yang murah yang dapat digunakan oleh UMKM. Pemerintah sebagai pembuat kebijakan dapat memberikan berbagai pelatihan *Digital Marketing* kepada UMKM. Demikian juga dengan Akademisi dapat memberikan pengabdian kepada masyarakat kepada UMKM sehingga UMKM dapat terus berinovasi dan melekat teknologi untuk keberlanjutan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ambarwati, Lilik, Zuraida, dan Lukia, Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap *Business Sustainability* Pada UMKM Desa Panggungharjo. *Jurnal Kajian Bisnis*. Vol. 28, NO. 1, 2020, 1 – 12. 2020.
- [2] Sari, Bunga P. et.al. Determinasi Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan Usaha UMKM. *Riset & Jurnal Akuntansi (Online)*. Volume 6 Nomor 3, 2022.
- [3] Ayu, Ni Cening P. E, dan Dewi Ayu K. R. S. Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Informasi Akuntansi dan Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan UMKM Di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Riset Akuntansi (Online)*. Vol 10 No. 02, 2021.
- [4] Dewi, Putu P, dan Sudhiksa, I Gusti N, P. Pengaruh Green Inovation, Digital marketing, dan Knowledge Management Terhadap Sustainability Business Pada PT. Hatten Bali. *Open Journal Systems*.1 Vol.17 No.1.1 (<https://binapatria.id/index.php/MBI>), diakses pada /02/23), 2022.
- [5] Lestari, F. Pengaruh Modal, Penjualan dan Sistem Pembayaran Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM di Kecamatan Karangpilang. STIE Mahardika Surabaya, 2020.
- [6] Cika Irlia Azzahra, Suyanto, Elmira Febri Darmayanti, Pengaruh Kreatifitas, Modal Usaha, Diversifikasi Produk, dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM (Studi Pada UMKM Bidang Perdagangan di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro), *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, Vol 2, No. 1, 2021.
- [7] Fitri, Ali Jamaludin, dan Rini Rostini, Pengaruh *Financial Literacy*, Kontribusi Pemerintah, Serta *Financial Resources* Terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM di Pasar Senen Purwakarta, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol.9 No.2, 2022.
- [8] Mila, Shofiatul, dan Nurhidayah, Siti A. Peran Literasi Finansial dan Inovasi Digital dalam Meningkatkan *Business Performance* dan *Business Sustainability* Pada UMKM di Kabupaten Pekalongan. *AKUISISI : Jurnal Akuntansi*. Volume 18 Number 02, Page 212-227. (<https://dx.doi.org/10.24217>), diakses pada /02/23), 2022.
- [9] Sugiyono. Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [10] Purnomo, Rochmat A. Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. Ponorogo : CV. WADE GROUP, 2016.
- [11] Febrianto, Mohammad T, dan Arisandi, Debby. Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, Vol.1 No.2 Hal 65-66. (Online). 2018. (<https://ejournal.stiedewantara.ac.id>), diakses pada /02/23)
- [12] Ghozali I. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang : Universitas Diponegoro, 2016.
- [13] Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta : Sekretariat Negara. (Online), 2008. (<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>), diakses pada /02/23)
- [14] Rostini, Rini. et.al. Pengaruh *Financial Literacy* Kontribusi Pemerintah Serta *Financial Resources* Terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM Di Pasar Senen Purwakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 9 No. 2. Hal 188 – 195, 2022.

- [15] Sari, Dewi K. et.al. Buku Ajar *Digital Marketing*. Sidoarjo: UMSIDA Press, 2021.
- [16] Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 30. 2017. Pelaksanaan Kegiatan dalam Rangka Meningkatkan Literasi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan. Jakarta : Anggota Dewan Komisioner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen.
(<https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/surat-edaran-ojk>, diakses pada /02/23)