

**PENGARUH MODAL USAHA, *FINANCIAL KNOWLEDGE*,
DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERKEMBANGAN
UMKM *FASHION* DI KABUPATEN KOLAKA UTARA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Diajukan oleh

MARDIAH
1904030183

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2024

**PENGARUH MODAL USAHA, *FINANCIAL KNOWLEDGE*,
DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERKEMBANGAN
UMKM *FASHION* DI KABUPATEN KOLAKA UTARA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Diajukan oleh

MARDIAH

1904030183

Pembimbing:

Dr. Muhammad Alwi, S.Sy.,M.El.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2024

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MARDIAH
Nim : 1904030183
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan karya hasil saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikat dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Selagi kekeliruan dan kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 27 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



MARDIAH
1904030183

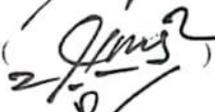
...

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Modal Usaha, *Financial Knowledge*, dan Media Sosial terhadap Perkembangan UMKM Fashion di Kabupaten Kolaka Utara yang ditulis oleh Mardiah Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 1904030183, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, 11 Desember 2024 bertepatan dengan 9 Jumadil Akhir 1446 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 6 Januari 2025

TIM PENGUJI

1. Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I.	Ketua Sidang	()
2. Akbar Sabani, S.EI., M.E	Sekretaris Sidang	()
3. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I	Penguji I	()
4. Dr. H. Muh Rasbi, S.E., M.M.	Penguji II	()
5. Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I.	Pembimbing	()

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Hj Anita Marwing, S.H.I., M.H.I
NIP 198201242009012006

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah




Akbar Sabani, S.EI., M.E
NIDN 2005048501

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا
وَمَوْلَانَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Modal Usaha, Financial Knowledge, Dan Media Sosial Terhadap Perkembangan Umkm Fashion Di Kabupaten Kolaka Utara” setelah melalui proses yang Panjang.

Shalawat dan Salam kepada Nabi Muhammad saw, Kepada para keluarga, sahabat dan para pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam program studi ekonomi syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Penulisan tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan berkat berbagai macam bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, teristimewa penulis sampaikan terimakasih kepada kedua orangtua tercinta, Ayah (almarhum) Mustamin dan Ibu Hasni.S yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang hingga dewasa, memberikan pengorbanan yang tiada batas dan senantiasa memberikan dorongan dan doa. Selanjutnya penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M. Ag., Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) palopo beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Dr. Munir Yusuf, M.Pd., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan Dr. Masruddin, S.S., M.Hum., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI., IAIN Palopo.
2. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo beserta Wakil Dekan Bidang Akademik Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I., Wakil Dekan Bidang Adm. Umum Perencanaan dan Keuangan Muzayyanah Jabani, S.T., M.M., dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
3. Akbar Sabani, S.El., M.E., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah dan Hamida S.E.Sy., M.E.Sy., selaku sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah beserta para staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Abu Bakar, S.Pd., M.Pd., selaku pimpinan perpustakaan IAIN Palopo beserta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
5. Muhammad Alwi, S.Sy., M.El., selaku pembimbing utama yang telah mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
6. Dr. Fasiha, M.E.I., selaku dosen penguji I dan Dr, H. Rasbi, S.E., M.M.,

selaku dosen penguji II yang memberikan kritikan serta arahan untuk penyelesaian skripsi ini.

7. Humaidi S.E.I., M.E., selaku penasehat akademik.
8. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Kolaka Utara yang telah menyempatkan untuk memberikan saya kemudahan untuk mengumpulkan data-data yang saya butuhkan.
10. Ayah sambung saya, Manto, saya ucapkan terimakasih banyak karena senantiasa memberikan dorongan dan doa.
11. Saudara-saudara saya, Juswan, Mutmainnah, Riskan, saya ucapkan terimakasih banyak karena telah memberikan doa dan dukungan dalam segala bentuk dan kondisinya.
12. Sahabat yang seperti saudara saya Jumriani, Linda Indri Saputri, Suci Ramadani, Aiga Asli Sufid, Siskarina, Cintiya Alisa, Terimakasih banyak karena selalu menemani dalam suka maupun duka, selalu menyemangati dan tidak pernah meninggalkan saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
13. Seluruh teman-teman MBS G 2019 yang tidak bisa saya sebut satu persatu yang selalu kebersamai saya.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan sumbangsih kepada penulis selama kuliah hingga penulisan skripsi.

Semoga setiap bantuan dan doa-doa, dukungan, motivasi, dorongan, Kerjasama, dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak di sisi Allah SWT. Aamiin Allahumma Aamiin. Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun banyak hambatan dan tekanan namun dapat dilewati dengan baik.

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan menjadi bahan referensi bagi para pembaca. Semoga Allah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. *Aamiin Ya Robbal Alamin.*

Palopo, 27 Agustus 2024

MARDIAH
1904030183

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa'	Ĥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Za	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اَوَّ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauula*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat atau huruf, translitenya berupa huruf dan tanda yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا	<i>Fathah</i> dan alif atau ya'	A	a garis di atas
ا	<i>Kasrah</i> dan ya'	I	i garis di atas
او	<i>Dammah</i> dan wau	U	u garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Ta marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu: *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَجِّينَا : *najjaīnā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

الْحَجُّ : *al-ḥajj*

نُعِمُّ : *nu‘ima*

عُدُّو : *‘aduwwun*

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contohnya:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contohnya:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

الْأَنْوَاءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *al-Qur'an*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi Zilal al-Qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

Al-'Ibarat bi 'umum al-lafz la bi khusus al-sabab

9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ

dīnullāh

بِاللَّهِ

billāh

Adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fi rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)
Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

11. Daftar singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan

Q.S	= Qur'an Surah
Swt.	= <i>subhanahu wa ta `ala</i>
Saw.	= <i>shallallahu `alaihi wa sallam</i>
as	= <i>`alaihi as-salam</i>
H	= Hijriah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
I	= lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= wafat tahun
HR	=Hadis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR AYAT.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
ABSTRAK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	9
B. Landasan Teori	11
C. Kerangka Pikir.....	35
D. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	38
C. Defenisi Operasional Variabel.....	38
D. Populasi dan Sampel.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Instrumen Penelitian.....	43
G. Uji Validitas dan Reabilitas	44
H. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Hasil Penelitian	51
B. Pembahasan	64
BAB V PENUTUP.....	69
A. Simpulan.....	69
B. Saran	72

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Ayat 1 Q.S An-Nisa Ayat 29..... 14



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kabupaten Kolaka Utara.....	6
Tabel 3.2 Definisi Oprasional Tabel.....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	54
Tabel 4.4 Uji Validitas.....	55
Tabel 4.5 Uji Realibilitas.....	56
Tabel 4.6 Uji Normalitas	58
Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.9 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4.10 Uji T	62
Tabel 4.11 Uji F.....	63
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi.....	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir 36



ABSTRAK

Mardiah, 2024. “Pengaruh Modal Usaha, *Financial Knowledge*, Dan Media Sosial Terhadap Perkembangan Umkm Fashion Di Kabupaten Kolaka Utara”. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Dr. Muhammad Alwi, S.Sy.,M.EI.

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Modal Usaha, *Financial Knowledge*, Dan Media Sosial Terhadap Perkembangan Umkm Fashion Di Kabupaten Kolaka Utara. Sehingga tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis Pengaruh Modal Usaha, *Financial Knowledge*, Dan Media Sosial Terhadap Perkembangan Umkm Fashion Di Kabupaten Kolaka Utara. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, dengan metode pengumpulan data yang menggunakan angket atau kuesioner. Penentuan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Teknik Analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis regresi Berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa, variabel Modal Usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM, itulah mengapa modal usaha sangat penting untuk perkembangan umkm karena dapat membantu pengusaha memenuhi kebutuhan bisnis dan bersaing di pasar yang kompetitif. 2) Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa, variabel *Financial Knowledge* juga memiliki pengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM, karena dengan adanya pengetahuan keuangan yang baik dapat membantu umkm dalam memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, mendapatkan akses pembiayaan, menjaga keamanan keuangan, serta mengolah dan memanfaatkan asset secara efektif. 3) Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa, variabel Media Sosial juga memiliki pengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM, karena media sosial telah mengubah cara UMKM berinteraksi dengan pelanggan, memasarkan produk atau layanan, dan membangun merek mereka, media sosial juga memiliki kemampuan untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan bisnis UMKM. 4) Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa, variabel Modal Usaha, *Financial Knowledge*, dan Media Sosial secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM, Secara bersama-sama, ketersediaan modal usaha yang memadai, pengetahuan *financial knowledge* yang baik, serta penggunaan media sosial untuk promosi atau komunikasi bisnis mampu mendorong pertumbuhan UMKM.

Kata kunci: *Financial Knowledge*, Modal Usaha, Media Sosial, Usaha.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

UU RI Nomor 20 tahun 2008, Presiden RI menimbang bahwa sesuai ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor.XVI/MPR-RI/1998 tentang politik dalam rangka demokrasi ekonomi, UMKM perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi masyarakat yang mempunyai kedudukan, peran dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan.

Pemberdayaan UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah) sebagai mana yang di maksud diatas, perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui perkembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi UMKM dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan penuntasan kemiskinan. Sebagai mana yang dimaksud pada pasal 1 ayat 1,2,dan 3, dalam UU No 20 Tahun 2008 tentang UMKM.¹

UMKM di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pengembangan ekonomi nasional, selain karena UMKM menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan mengurangi masalah antara kesenjangan antara golongan pendapatan dan antara pelaku usaha, ataupun

¹ Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang “Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

penuntasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Dengan adanya UMKM akan memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat *structural*, yaitu meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional. Pengembangan UMKM di upayakan agar dapat menjangkau dan merata sampai di daerah pedesaan. Ketersediaan bahan baku lokal bagi industri kecil dan menengah merupakan keunggulan tersendiri yang memungkinkan dapat beroperasi secara efisien. Pada sisi lain modal kerja yang dibutuhkan relatif kecil sehingga memberi peluang pada perusahaan yang memiliki jiwa wirausaha untuk mendirikan unit-unit usaha dengan kadar kecanggihan teknik produksi yang terjangkau.²

Prinsip dasar ekonomi yang terdapat dalam Al Qur'an bersifat universal, dalam arti, semua masyarakat muslim harus mengikuti aturan tersebut dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Ketika membahas ekonomi, Islam hanya membahas masalah bagaimana cara memperoleh kekayaan, masalah mengelola kekayaan yang dilakukan oleh manusia serta cara mendistribusikan kekayaan di tengah-tengah mereka. Atas dasar inilah, maka hukum-hukum yang menyangkut masalah ekonomi dibangun di atas tiga kaidah, yaitu kepemilikan (*property*), pengelolaan kepemilikan, dan distribusi kekayaan di tengah-tengah manusia.

Dalam pengembangan UMKM erat kaitannya dengan penerapan manajemen bisnis syariah didalamnya, karena dalam bisnis syariah memiliki tujuan yang tidak hanya berfokus pada keuntungan materi, tetapi juga pada keuntungan non materi, pertumbuhan, keberlangsungan usaha, dan keberkahan.

² Tri Utari dan Putu Martini, *pengaruh modal, tingkat Pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat*, E-Jurnal EP Unud, 3{12} : 576-585.

Diperlukan manajemen bisnis syariah untuk memastikan bahwa UMKM berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah salah satunya dalam hal pembiayaan, pelaku usaha harus bisa mencari sumber pembiayaan yang sesuai dengan syariat Islam. Penerapan manajemen bisnis syariah akan meningkatkan kepercayaan dan reputasi UMKM di mata konsumen karena usaha yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah dianggap lebih jujur, transparan, dan bertanggung jawab. Hal itu lah yang akan mendukung perkembangan UMKM.

Problematika UMKM yang saat ini terjadi di Kabupaten Kolaka Utara adalah permasalahan dalam bentuk modal usaha untuk perkembangan UMKM. Minimnya modal yang dimiliki oleh pelaku usaha akan menghambat pertumbuhan UMKM sehingga sulit untuk berkembang. Pada umumnya modal yang digunakan oleh para pemilik UMKM di Kabupaten Kolaka Utara. Sebagian besar berasal dari modal sendiri yang jumlahnya relatif terbatas sehingga akan mempengaruhi perkembangan usaha bahkan sebagian dari pelaku usaha di Kabupaten Kolaka Utara mendapat modal usaha tambahan dari pemerintah dengan harapan pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya. Pendanaan yang tidak memadai untuk suatu bisnis dapat menyebabkan masalah yang menghambat kemampuan UMKM untuk berinovasi dan berkembang, UMKM akan dapat menghadapi tantangan pemasaran sebagai akibat dari kekurangan uang, terutama yang terkait dengan identifikasi pasar, harga, negosiasi, distribusi dan penjualan. Di sisi lain, UMKM yang modalnya kecil umumnya tidak dapat mempromosikan produknya melalui media massa, dikarenakan volume pendapatan yang tidak mampu menutupi biaya

promosi.³ Menurut penelitian Nur Fajar Istinganah menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan faktor modal usaha terhadap perkembangan UMKM. Modal usaha yang dimaksud adalah modal usaha yang digunakan dalam menunjang usaha dan kemudahan mendapatkan modal usaha. Semakin besar modal usaha yang digunakan maka semakin mudah untuk meningkatkan perkembangan UMKM.⁴

Selain modal usaha hal yang juga penting yaitu pengetahuan yang mendalam tentang *financial knowledge* atau literasi keuangan bagi pelaku UMKM. Kurangnya pengetahuan tentang literasi keuangan juga mempengaruhi perkembangan usaha. Hal tersebut di dukung dengan penelitian yang di lakukan oleh Riwayanti dan Sanistasya, yang menyatakan variabel literasi keuangan dapat memengaruhi secara positif terhadap kinerja usaha.⁵ Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) literasi keuangan adalah serangkaian kegiatan atau proses agar pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*), keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas meningkat, dengan harapan masyarakat mempunyai kemampuan dalam bidang manajemen keuangan secara memadai.

Di era digital sekarang ini membuat pola kebiasaan yang baru, utamanya pada rana pemasaran. Tantangan besar UMKM di Kabupaten Kolaka Utara saat ini adalah ketidak mampuan pelaku UMKM dalam beradaptasi di lingkungan

³ Anisa Maratus Solika “Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Modal Usaha, Kreativitas, dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keberlanjutan UMKM Di Kota Malang” skripsi (2022):

⁴ Nur Fajar Istinganah, Widiyanto “Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Karakteristik Wirusaha Terhadap Perkembangan UMKM”. *Economic Education Analysis Journal* Terakreditasi SINTA 5. EEAJ 9 (2)(2020) 438-455. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>

⁵ Riwayanti, H. E. “Financial Inclusion Of Business Player In Mediating The Success Of Small and Medium Enterprises In Indonesia”. *International Journal Of Conomics and Financial Issues*, 7(4), 623-627. <http://www.econjournals.com>

usaha berbasis digital. Pemanfaatan digital marketing telah menjadi bagian paling penting untuk membangun bisnis di Kabupaten Kolaka Utara. UMKM seharusnya tidak ketinggalan zaman, sehingga dibutuhkan pemikiran besar bagi pelaku UMKM untuk menerawang masa depan. Dari berbagai jenis strategi digital marketing untuk saat ini yang paling banyak di gunakan di Kabupaten Kolaka Utara adalah strategi digital marketing berbasis jejaring sosial. Kemudian media sosial yang banyak digunakan yaitu *Instagram* dan *facebook*, yang tentu saja dianggap sebagai media paling efektif utamanya dalam memperkenalkan produk pelaku UMKM kepada calon konsumen. Dalam penelitian Kumar, Anuj, Ayedee. banyak ahli memiliki pendapat, bahwa konsumen menjadi memiliki lebih banyak informasi atas suatu produk menggunakan media sosial.

Kabupaten Kolaka Utara merupakan Kabupaten yang sedang bertumbuh dan berkembang dengan adanya bantuan UMKM yang dapat mendorong ekonomi masyarakat di Kabupaten Kolaka Utara, pada saat ini perkembangan usaha kecil sangat berkembang dengan pesat di masyarakat dengan adanya kemajuan teknologi.

Table 1.1 jumlah UMKM di Kabupaten Kolaka Utara

kecamatan	Jumlah Usaha Mikro (UKM) Menurut kecamatan		
	2021	2022	2023
Lambai	132	132	141
Lasusua	701	722	768
Pakue Utara	71	71	101

Sumber : Dinas Kooperasi dan Usaha Kecil Mikro (UKM) Kabupaten Kolaka Utara, 2024.

Dapat dilihat dari data Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Kolaka Utara jumlah UMKM di Kabupaten Kolaka Utara meningkat setiap tahunnya khususnya

di tiga Kecamatan yang peneliti teliti yaitu Kecamatan Lambai, Kecamatan Lasusua, dan Kecamatan Pakue Utara. Dimana jumlah tersebut mencakup seluruh UMKM baik itu pelaku UMKM dalam bidang kuliner, *fhasion*, produk kecantikan, digital, dan yang lainnya.⁶

Hal yang menjadi alasan utama saya dalam mengambil objek penelitian ini karena dimana hal yang sangat mempengaruhi perkembangan UMKM yaitu modal usaha karena semakin besar modal usaha yang dimiliki maka semakin besar peluang dalam mengembangkan usaha. Dimana sebagian para pelaku UMKM di Kabupaten Kolaka Utara menerima bantuan modal usaha dari pemerintah dengan harapan pelaku UMKM tersebut dapat meningkatkan usahanya. Selain modal usaha pengetahuan tentang literasi keuangan juga sangat di perlukan dalam pengembangan UMKM karena dimana sebagian pelaku UMKM di Kabupaten Kolaka Utara mencampurkan uang pribadi dan uang hasil penjualan dan ada juga yang tidak mencatat pemasukan dan pengeluaran, itulah mengapa literasi keuangan atau *financial knowledge* sangat berpengaruh dalam pengembangan UMKM. Para pelaku UMKM tentunya pasti sudah banyak pada bidang *Fashion* di 3 Kecamatan di Kabupaten Kolaka Utara yang peneliti teliti, yaitu Kecamatan Lambai, Kecamatan Lasusua, dan Kecamatan Pakue Utara dengan sampel 91 pelaku usaha dari jumlah populasi 1010 pelaku usaha.

Berdasarkan beberpa permasalahan diatas peneliti mengangkat judul penelitian yang berjudul “ Pengaruh Modal Usaha, *Financial Knowledge*, dan

⁶Badan Pusat Statistik Kabupaten Kolaka Utara, <https://kolutkab.bps.go.id>

Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM *fashion* di Kabupaten Kolaka Utara”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah Modal Usaha berpengaruh terhadap perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara ?
2. Apakah *Financial Knowledge* berpengaruh terhadap perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara ?
3. Apakah Media Sosial berpengaruh terhadap perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara ?
4. Apakah Modal Sosial, *Financial Knowledge*, dan Media Sosial berpengaruh secara simultan terhadap Perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan tersebut yang menjadi objek dalam penelitian ini, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh Modal Usaha terhadap perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Knowledge* terhadap perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara.
3. Untuk mengetahui pengaruh Media Sosial terhadap perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara.

4. Untuk mengetahui pengaruh Modal Sosial, *Financial Knowledge*, dan Media Sosial secara simultan terhadap Perkembangan UMKM *Fhasion* di Kabupaten Kolaka Utara.

D. Manfaat penelitian

Hal penting dari sebuah penelitian adalah manfaat yang bisa dirasakan dan diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian. Adapun kegunaan/ manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis

Manfaat teoritis yang berusaha diperoleh dari penelitian ini adalah mendapatkan pengetahuan tambahan bagi peneliti dan wawasan ilmu untuk akademis dalam perkembangan UMKM, serta dapat bermanfaat sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya.

2. Secara praktis

- a. Bagi penulis

Melalui penelitian ini penulis dapat menjadikannya sebagai acuan dalam melakukan strategi perkembangan UMKM pada pelaku usaha UMKM. serta menjadi syarat dalam penyelesaian program studi S1 di IAIN Palopo.

- b. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat menjadi referensi dan pengetahuan bagi masyarakat khususnya bagi para pelaku UMKM mengenai strategi perkembangan usaha.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori Terdahulu

Mengenai pokok masalah yang mempunyai relevansi dengan sejumlah teori yang ada dalam berbagai buku, banyak teori yang mudah didapatkan untuk mudah dijadikan rujukan.

1. Liana Sri Wulandari dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh *Finanacial Knowledge* dan *Financial Behaviour* Terhadap Perkembangan Usaha UMKM (Studikasuk Pada Anggota Pembiayaan Murabaha KSPPS AL-Ishlah Mitra Sejahtera Rajagaluh". Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hipotesis pertama di terima yakni variabel *Financial Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM pada anggota pembiayaan murabahah KSPPS AL-Ishlah Mitra Sejahtera Rajagaluh dengan pengaruh parsial sebesar 40,6%.⁷ Adapun persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu menggunakan literasi keuangan (*financial knowledge*) sebagai variabel independen yang mempengaruhi perkembangan UMKM, adapun perbedaannya yaitu menggunakan lokasi dan waktu penelitian yang berbeda .
2. Dwi Rahayu dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan UMKM (Studi kasus pada reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem Kabupaten

⁷ Liana Sri Wulandari "Pengaruh *Finanacial Knowledge* dan *Financial Behaviour* Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Pada Anggota Pembiayaan Murabahah KSPPS AL-Ishlah Mitra Sejahtera Rajagaluh)" Skripsi 2023 (IAIN Syekh Nurjati Cirebon)

Sleman)”. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara modal usaha terhadap perkembangan UMKM sektor reparasi sepeda motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman, dibuktikan dengan hasil probabilitas 0,010(lebih kecil dari alpa 5%) dengan kontribusi pengaruh terhadap perkembangan UMKM sebanyak 7,9%.⁸ Adapun persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu menggunakan media sosial sebagai salah satu variabel bebas yang mempengaruhi perkembangan UMKM,serta menggunakan teknika analisis data yang sama yaitu analisis regresi linear berganda. Sedangkan perbedaannya yaitu menggunakan lokasi penelitian yang berbeda serta penelitian terdahulu berfokus pada pelaku UMKM pada sektor reparasi sepeda motor sedangkan penelitian ini berfokus pada pelaku UMKM *fashion*.

3. Mohammad Iqbal Fikrul Husein yang berjudul “Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk, dan Digital Payment Terhadap Perkembangan UMKM Di Kelurahan Wonokromo Kabupaten Bantul”. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel media sosial berpengaruh terhadap perkembangan UMKM Di Kelurahan Wonokromo Kabupaten Bantul.⁹ Adapun persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu menggunakan jenis penelitian yang sama yaitu jenis penelitian Kuantitatif.

⁸Dwi Rahayu”Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada Reparaasi Sepeda Motor Di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman)”.Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Hal 27-36, Vol 9, No 1, 2023.

⁹ Mohammad Iqbal Fikrul Husein”Pengaruh Media Sosial , Inovasi Produk, dan Digital Payment Terhadap Perkembangan UMKM Di Kelurahan Wonokromo Kabupaten Bantul”. Skripsi 2023 (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta). <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/62974>

Sedangkan perbedaanya yaitu menggunakan Lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.

B. Landasan Teori

1. Modal Usaha

Modal menjadi salah satu faktor yang cukup penting dalam usaha, baik usaha dalam skala kecil maupun besar. Menurut Asri modal merupakan salah satu faktor yang membantu dalam suatu kegiatan usaha, tanpa adanya modal usaha tidak dapat berjalan. Selain itu modal juga merupakan bentuk kekayaan baik berupa uang ataupun barang yang dapat dipergunakan baik langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan produksi guna meningkatkan *output*.¹⁰

Salah satu urat nadi untuk membuka usaha atau mengembangkan usaha adalah permodalan. Walaupun dalam bisnis modal bukan satu-satunya faktor yang menentukan untuk memulai usaha, modal diperlukan untuk membiayai kegiatan produksi, pemasaran, atau pengelolaan usaha untuk menghasilkan keuntungan. Dalam bisnis modal dibagi menjadi dua, yaitu modal kerja dan investasi. Modal kerja merupakan bagian dana yang disiapkan untuk membiayai operasional usaha, seperti membeli bahan baku dan untuk biaya pemasaran. Investasi merupakan bagian dana usaha untuk pembelian peralatan usaha, seperti sewa kantor dan pembelian peralatan usaha.¹¹

¹⁰ Nurliana “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Rumput Laut Di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar”, (Makassar, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019). 18. <http://repositori.uinalauddin.ac.id/18128/1/Analisis%20Faktor%20Yang%20Mempengaruhi%20Pendapatan.pdf>

¹¹ Dr. Muhammad Rifa’I, M. Pd., dan Husniah, M. Pd. E. “Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil”. (Medan: Perdana Publishing, 2022).

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda, (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan.

Pengertian modal secara umum adalah biaya yang dikeluarkan untuk melakukan biaya proses produksi, modal juga merupakan masalah yang mendasar pada industri kecil. Sesuai dengan kenyataan yang ada bahwa untuk menciptakan tambahan kesempatan kerja baru didalam sub sektor industri kecil dengan cara meningkatkan penanaman modal yang nantinya akan menuntut adanya peningkatan kegiatan proses produksi dan hasil produksi yang ada, dimana pada taraf akhirnya nanti tentunya juga akan menghendaki tambahan yang diminta.

a. Modal dapat digolongkan berdasarkan sumber, bentuk, dan pemiliknya

1) Modal sendiri dan modal asing

Modal sendiri adalah modal yang berasal dari dalam perusahaan sendiri. Sementara itu modal asing adalah modal yang sumbernya dari luar perusahaan. Misalnya, modal yang berupa pinjaman bank.

2) Berdasarkan bentuknya

Modal dibagi menjadi modal konkret dan modal abstrak. modal konkret adalah modal yang dapat dilihat secara nyata dalam proses produksi. misalnya, mesin, gedung, mobil dan peralatan. Sedangkan yang dimaksud modal abstrak adalah modal yang tidak memiliki bentuk nyata, tetapi mempunyai nilai bagi perusahaan. Misalnya, hak paten, nama baik, dan hak merek.

3) Berdasarkan pemiliknya

Modal dibagi menjadi modal individu dan modal masyarakat. Modal individu adalah modal yang sumbernya dari perorangan dan hasilnya menjadi sumber pendapatan bagi pemiliknya. Contohnya seperti rumah pribadi yang disewakan. Sedangkan yang dimaksud dengan modal masyarakat adalah modal yang dimiliki oleh pemerintah dan digunakan untuk kepentingan umum dalam proses produksi. Contohnya adalah rumah sakit umum milik pemerintah, jalan, jembatan, atau pelabuhan.¹²

4) Modal dalam perspektif Islam

Dalam Bahasa arab modal atau harta disebut al-amal (mufrad tunggal), atau al-amwal (jamak). Secara harfiah, al-mal adalah segala sesuatu yang engkau punya. Adapun dalam istilah syar'i, harta diartikan sebagai segala sesuatu yang dimanfaatkan dalam perkara yang legal menurut syarat hukum Islam, seperti bisnis, pinjaman, konsumsi dan hibah (pemberian).

Ayat yang berhubungan dengan modal terdapat pada QS. An'Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ

مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu.

¹²Eva Rosadi "Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Bersih Perusahaan Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Home Industry Krupuk Kemplang Skip

Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.¹³

Dalam pandangan Islam, uang merupakan modal serta salah satu faktor produksi yang penting, tetapi “ bukan yang terpenting”. Manusia menduduki tempat diatas modal di susul sumber daya alam. Pandangan ini berbeda dengan pandangan pelaku ekonomi moderen yang memandang uang sebagai segala sesuatu, sehingga tidak jarang manusia atau sumber daya alam dianiaya atau ditelantarkan.¹⁴

Menurut Ibn Taimiyah, seluruh kegiatan perekonomian itu dibolehkan, kecuali yang secara eksplisit dilarang oleh syariat.¹⁵ Prinsip dasar ekonomi yang terdapat dalam Al qur'an bersifat universal, dalam arti, semua masyarakat muslim harus mengikuti aturan tersebut dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Ketika membahas ekonomi, Islam hanya membahas masalah bagaimana cara memperoleh kekayaan, masalah mengelola kekayaan yang dilakukan oleh manusia serta cara mendistribusikan kekayaan di tengah-tengah mereka. Atas dasar inilah, maka hukum-hukum yang menyangkut masalah ekonomi dibangun di atas tiga kaidah, yaitu kepemilikan (property), pengelolaan kepemilikan, dan distribusi kekayaan di tengah-tengah manusia.¹⁶

¹³ Kementrian Agama RI, “*Al-Qur'an dan Terjemahan* (Bandung, CV Mikraj Kanzanah Ilmu, 2016).

¹⁴ *Rahayu Kec.Bumi Waras Teluk Betung Kota Bandar Lampung*”.lampung, Universitas Ialam Negeri Raden Intan,2019.39. [http://repository.radenintan.ac.id/8367/1/Skripsi %20full.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/8367/1/Skripsi%20full.pdf)

¹⁵ A.A. Islahi, “*Konsepsi Ekonomi Ibn Taimiyah*”, Terjemahan oleh Anshori Thayyib, (Surabaya: Bina Ilmu, 1997), H.188.

¹⁶ Muh Ruslan Abdullah, Et Al. “*Pengantar Islamic Economics Mengenal Konsep Dan Praktek Ekonomi Islam.*” (2013): 1-211.

5) Pemanfaatan modal dalam Islam, yaitu:

- a) Islam mengharamkan penimbuna dan menyuruh untuk membelanjakannya.
- b) Mengizinkan hak milik atas modal, Islam mengajarkan untuk berusaha dengan cara-cara lain agar modal tersebut jangan sampai terpusat pada beberapa tangan saja.
- c) Islam mengharamkan peminjaman modal dengan cara menarik bunga.
- d) Islam mengharamkan penguasaan dan kepemilikan modal selain dengan cara-cara yang diizinkan syari'ah seperti: kerja, hasil akad jual beli, hasil pemberian, wasiat dan waris.
- e) Islam mewajibkan zakat atas harta simpanan atau harta produktif dalam bentuk dagang dalam setiap tahun.
- f) Tidak boleh menggunakan modal dalam produksi secara boros.

4. *Financial knowledge*

a. Pengertian *financial knowledge* (literasi keuangan)

Financial knowledge adalah kemampuan untuk memahami konsep manajemen keuangan. *Financial knowledge* yang baik akan membuat individu memiliki pengetahuan mengenai keuangannya serta dapat mengaplikasikan pengetahuannya tersebut berdasarkan sikap keuangan yang dimilikinya.¹⁷

Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan. Kesulitan keuangan bukan hanya fungsi dari pendapatan semata (rendahnya pendapatan), kesulitan keuangan juga dapat

¹⁷ Yola Anggraini “*Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, Locus Of Control dan Financial Self Efficacy Terhadap Financial Managament Behavior Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*” Skripsi (2020). <https://repository.uin-suska.ac.id>

muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan seperti kesalahan penggunaan kredit, dan tidak adanya perencanaan keuangan. Keterbatasan finansial dapat menyebabkan stress dan rendahnya kepercayaan diri, bahkan untuk sebagian keluarga kondisis tersebut dapat berujung pada perceraian. Memiliki literasi keuangan, merupakan hal vital untuk mendapatkan kehidupan yang sejahtera dan berkualitas.¹⁸

Adapun pengertian *financial knowledge* (literasi keuangan) menurut para ahli :

1) Menurut Durband, Law dan Mazzolini

Financial knowledge mengacu pada pemahaman dasar tentang konsep dan prosedur keuangan serta penggunaan pengetahuan tersebut untuk menyelesaikan masalah keuangan. Jika manajemen tidak memiliki kemampuan atau pengetahuan dalam mengalokasikan dan mengelola sumber daya keuangan secara efektif dan efisien maka bisnis akan bangkrut.¹⁹

2) Otoritas jasa keuangan

Otoritas jasa keuangan mendefinisikan literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, serta keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.²⁰

¹⁸ Selvi dan Nur Fitri Yanuar Misilu, "Literasi Keuangan Masyarakat (Pahami Investasi Keuangan Anda)". 1, (Gorontalo: Ideas Publishing, 2018).

¹⁹ Kurniawan "Pengaruh Modal dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pelaku Usaha Mikro Di Kelurahan Siranindi Kecamatan Palu Barat Dalam Perspektif Ekonomi Islam" Skripsi (2019). <http://repository.iainpalu.ac.id>

²⁰ Otoritas Jasa Keuangan, "Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan". 01 Desember 2020. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019.aspx>

3) Menurut Huaton

Literasi keuangan merupakan komponen modal manusia yang dapat digunakan dalam kegiatan keuangan untuk meningkatkan utilitas seumur hidup yang diharapkan dari konsumsi seperti pelaku yang meningkatkan keuangan kesejahteraan.

b. Tingkat literasi keuangan

- 1) *Well literate* yaitu sekelompok masyarakat yang memiliki tingkat pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan produk serta jasa keuangan yang paling baik.
- 2) *Sufficient literate* yaitu sekelompok masyarakat yang memiliki pengetahuan dan tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
- 3) *Less literate* yaitu hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga keuangan baik dalam penggunaa produk maupun jasanya.
- 4) *Not literate* yaitu sekelompok masyarakat yang tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

c. Faktor keberhasilan literasi keuangan

- 1) Chen dan Volpe menyebutkan beberapa dimensi literasi keuangan yaitu pengetahuan umum keuangan, tabungan dan pinjaman, asuransi, serta investasi.
- 2) Otoritas jasa keuangan menyatakan bahwa faktor eksternal yang berpotensi memengaruhi keberhasilan literasi keuangan tersebut antara lain yaitu pertumbuhan ekonomi, pendapatan perkapita, distribusi pendapatan, tingkat

kemiskinan masyarakat, tingkat pendidikan masyarakat, komposisi penduduk yang berusia produktif, dan pemanfaatan teknologi informasi.²¹

d. Manfaat dan Tujuan literasi keuangan

Adapun tujuannya yaitu :

- 1) Meningkatkan literasi seseorang yang sebelumnya *less literate* atau *not literate* menjadi *well literate*.
- 2) Meningkatkan jumlah pengguna produk dan layanan jasa keuangan.

Adapun manfaat besar yang di dapatkan dalam memahami literasi keuangan :

- 1) Mampu memiliki dan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai kebutuhan.
- 2) Memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan dengan baik.
- 3) Terhindar dari aktivitas investasi pada instrument keuangan yang tidak jelas.²²

e. Dimensi Literasi Keuangan

- 1) *Personal finance*, yaitu proses perencanaan dan pengendalian keuangan dari unit individual atau keluarga. Dengan kata lain *personal finance* merupakan kemampuan seseorang untuk membaca, menganalisis, mengelola dan berkomunikasi mengenai tentang kondisi keuangan pribadi yang dapat mempengaruhi kesejahteraan seseorang.

²¹ Otoritas jasa keuangan, "literasi keuangan", 2017. edukasi-dan-perindungan-konsumen/pages/literasi-keuangan.aspx

²² Fikri Haikal "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM di Kota Palopo" Universitas Muhammadiyah Palopo. jurnal Manajemen dan Bisnis (ALMANA), 2(3), 155-165. <http://repository.umpalopo.ac.id>.

- 2) *Saving and borrowing*, kemampuan untuk memahami hal-hal yang berkaitan dengan tabungan dan pinjaman. Bentuk simpanan di bank yang berupa tabungan, deposito berjangka, giro dan sertifikat deposito.
- 3) *Insurence*, pemahaman yang mendasar mengenai pengertian asuransi dan produk-produk asuransi seperti asuransi jiwa dan asuransi kesehatan.
- 4) *Investment*, pemahaman dasar yang berkaitan dengan investasi seperti suku bunga, risiko investasi, pasar modal, reksadana dan deposito.

f. Faktor yang mempengaruhi literasi keuangan

Beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan yaitu sebagai berikut:

- 1) Tingkat pendidikan, pendidikan berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan. Individu dengan pengalaman kerja lebih baik akan mendapat pengetahuan yang baik pula dalam hal pengelolaan keuangan atau dalam hal pengambilan keputusan keuangan.
- 2) Pendapatan dan kekayaan, individu dengan tingkat literasi yang tinggi, lebih baik dalam mengambil keputusan keuangan dibandingkan individu dengan tingkat literasi yang rendah. Dengan memiliki pendapatan yang tinggi seseorang akan lebih memiliki kemungkinan untuk menyisihkan penghasilannya. Pendapatan tersebut dapat dialokasikan dalam bentuk investasi, asuransi, bahkan dana pensiun.
- 3) Jenis kelamin, jenis kelamin memiliki pengaruh yang besar terhadap tingkat literasi individu. Laki-laki cenderung lebih dominan dalam mengambil keputusan keuangan dibandingkan wanita.

4) Usia , *the social search* mengungkapkan terdapat hubungan antara usia dengan tingkat literasi keuangan, semakin bertambahnya umur maka semakin banyak informasi mengenai keuangan yang didapat.

5. Media sosial

Media sosial dianggap sebagai media yang sangat efektif untuk meningkatkan konversi penjualan. Masyarakat digital saat ini hampir seluruhnya mempunyai akun media sosial baik itu *facebook, Instagram, twiter, whatsapp* dan lain sebagainya. Banyaknya aktivitas tersebut membuka peluang besar untuk menjangkau konsumen dimana saja dan kapan saja.

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial terdiri dari dua kata, yaitu media dan sosial. Media adalah alat, sarana komunikasi, perantara, atau penghubung. Sosial artinya berkenaan dengan masyarakat atau suka memperhatikan kepentingan umum, media sosial dimaknai sebagai sarana berkomunikasi dan berbagi.

Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya dengan bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi berbentuk blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat seluruh dunia. Media sosial ialah fitur berbasis *website* yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan

dalam bentuk tulisan *visual* maupun *audiovisual*. Contohnya seperti *twittwer*, *facebook*, *blog*, *forsquare*, dan lainnya.²³

Teknologi pada dasarnya memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media. Dari sisi industri, biaya produksi media tentu saja produksi yang semakin murah dan canggih, memunculkan media secara massal. Hal itu semakin membuktikan bahwa media merupakan wadah untuk membawa pesan dari proses komunikasi. Dengan adanya media sosial, maka perusahaan baik yang besar maupun yang kecil dan menengah(UMKM) bisa mendapatkan manfaat berupa biaya yang rendah, tepat waktu, dan tepat sasaran.²⁴

Menurut Zarella, sosial media adalah paradigma media baru dalam konteks industry pemasaran. Weber juga menyatakan bahwa media tradisional seperti TV, radio dan koran memfasilitasi komunikasi satu arah sementara media sosial komunikasinya dua arah dengan mengizinkan setiap orang dapat mampu blikasikan dan berkontribusi lewat percakapan online. Menurut Van Dijk, media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium *fasilitator online* yang menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.²⁵

²³ Dr.Sugito,SE., M.,SI, et al., "*Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha*". (Deliserdang Sumatra Utara: Universitas Medan Area Press,2022).

²⁴ Leon A. abdillah, "*Peran Media Sosial Moderen*",(Palembang:Bening Media Publishing,2022).

²⁵ Rulli Nasrullah,"*Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*".(Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017),H,11.

Dari definisi-definisi diatas, peneliti menyimpulkan definisi media sosial adalah medium internet yang memungkinkan penggunaanya dalam berbagi, bekerja sama, berkomunikasi dengan pengguna lainnya melalui dunia maya dan membentuk ikatan secara virtual.

Pengguna media sosial adalah suatu masyarakat digital yang biasanya mengakses akun mereka untuk mencari hiburan dan informasi terbaru. Media sosial justru menjadi tempat dimana konsumen lebih mudah menerima pesan produk, dengan melalui konten yang jelas serta menarik dan dapat meningkatkan minat untuk melakukan pembelian. Dalam hal ini, media sosial telah menjadi media yang sangat luas untuk melakukan pemasaran dari mulut kemulut yang tidak hanya gratis, tetapi juga membantu membangun kepercayaan dengan sangat efektif.

b. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial di banding dengan media lainnya.²⁶

Adapun karakteristik media sosial yaitu sebagai berikut:

1) Jaringan (*Network*) Antara Pengguna

Kata “jaringan” (*network*) bisa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya.

²⁶ Rulli Nasrullah, “*media sosial perspektif komunikasi, Budaya, dan Sositologi*,”. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), H-44.

Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antara komputer terhubung, termasuk dalam perpindahan data.

2) Informasi (*information*)

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial karena tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan, informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (*informationsociety*). Informasi diproduksi, dipertemukan, dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk dari kapitalisme yang dalam pembahasan sering disebut dengan berbagai istilah, seperti *informational*, serta pengetahuan atau *knowing*.

3) Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apapun yang di unggah di *Facebook*, sebagai contoh, informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun. Informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya bisa diakses.

4) Interaksi (*Interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antara pengguna. Jaringan tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet saja, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antara pengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media

sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti jempol (*like*) di *facebook*.

5) Simulasi (*Simulation*) Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia *virtual*. Di media sosial interaksi yang ada memang menggambarkan bahkan mirip dengan realitas, akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi dan terkadang berbeda sama sekali. Misalnya, di media sosial memungkinkan siapapun untuk menjadi siapa saja, bahkan bisa menjadi pengguna yang berbeda sama sekali dengan realitasnya, seperti pertukaran identitas jenis kelamin, hubungan perkawinan, sampai pada foto profil.

6) Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). *Term* ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Contoh bagaimana karakteristik media sosial ini bisa dilihat dari jenis-jenis media sosialnya.

7) Penyebaran (*share/sharing*)

Penyebaran (*share/sharing*) merupakan karakterlainnya dari media sosial. Medium ini tidak menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya. Praktik ini merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten dan mengembangkannya.

c. Jenis-Jenis Media Sosial

Banyak sumber, terutama liputan media maupun kajian literatur, yang membagi jenis media sosial. Ada yang berdasarkan model jaringan yang terbentuk, berdasarkan pada *file* atau berkas apa saja yang disebar (sharing) di antara pengguna. Ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yaitu:²⁷

1) Media jejaring sosial (*social Networking*)

Social networking atau jaringan sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut, di dunia *virtual*. Media sosial tersebut memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi terjadi tidak hanya pada pesan teks, tetapi juga termasuk foto dan video yang mungkin menarik perhatian pengguna lain. Semua *posting* (publikasi) merupakan *real time*, memungkinkan anggota untuk berbagi informasi seperti apa yang terjadi.

2) *Blog*

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi, dan sebagainya. Istilah *blog* berasal dari kata “*weblog*” yang pertama kali di perkenalkan Jorn Berger pada 1997 merujuk pada jurnal pribadi *online*.

3) *Microblogging*

²⁷ Rulli Nasrullah, “*Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*” (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), H-46.

Tidak ada perubahan dengan *blog*, *microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaan untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta atau pendapatannya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya *Twitter* yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter. Sama seperti media sosial lainnya, di *Twitter* pengguna bisa menjalin jaringan dengan pengguna lain, menyebarkan informasi, mempromosikan pendapat/pandangan pengguna lain, sampai membahas isu terhangat (*trending topic*) saat itu juga dan menjadi bagian dari isu tersebut dengan turut berkicau (*tweet*) menggunakan (*hashtag*) tertentu.

4) Media *sharing*

Situs sebagai (media *sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (*file*), video, audio, gambar, dan sebagainya. Jenis media sosial ini memungkinkan anggota untuk menyimpan dan berbagi gambar, *podcast*, dan video secara *online*. Kebanyakan dari media sosial ini adalah gratis meskipun beberapa juga mengenakan biaya keanggotaan, berdasarkan *fitur* dan layanan yang mereka berikan. Beberapa contoh media ini adalah *youtube*, *flickr*, *photobucket*, atau *snafish*.

5) *Social Bookmarking*

Penanda sosial atau *social bookmarking* merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*. Dalam catatan *historis* jenis penanda sosial di

internet muncul pada sekitar 1996 dengan munculnya *itlist* dan istilah *social bookmarking* itu sendiri muncul pada 2003 dengan kehadiran situs *delicious*. *Delicious* mempopulerkan penandaan menggunakan tagar atau *tagging* yang memungkinkan pengguna di internet mencari informasi berdasarkan kata kunci.

6) Wiki

Media sosial selanjutnya adalah *wiki* atau media konten bersama. Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, *wiki* menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam peraktiknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh para pengunjung. Artinya, ada kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.

d. Sarana Komunikasi Massa

Ada dua sarana utama yang digunakan untuk menyebarkan berita atau pesan kepada khalayak ramai. Yaitu media cetak, misalnya koran dan majalah, dan media elektronik seperti televisi, radio, hingga internet.

1) Media Cetak

Media cetak merupakan sarana penyebaran informasi yang paling tua. Karakteristik utamanya adalah bersifat *hard copy* atau mempunyai wujud fisik yang diproduksi dengan bahan kertas dan tinta menggunakan mesin cetak. Tujuan pembuatan media cetak adalah untuk menyebarkan informasi, pesan,

berita, termasuk iklan kepada publik. Jenis media cetak yang utama adalah koran alias surat kabar atau tabloid, majalah, dan buku.

2) Media elektronik

Media elektronik adalah bentuk perkembangan baru media komunikasi massa melalui perangkat elektronik untuk menyebarkan berita. Misalnya televisi, radio, dan gawai dengan internet penggunaannya kian meluas pada era digital. Perangkat-perangkat tersebut dapat memuat berita dalam bentuk audio, visual, multimedia, konten online, dan sebagainya.

Perbedaan media cetak dan media elektronik yaitu:

a) Bentuk media

Media cetak mempunyai wujud fisik berupa *hard copy* berbentuk kertas yang memuat tulisan dan ilustrasi gambar. Sementara media elektronik tersaji pada perangkat elektronik dalam bentuk suara, visual, multimedia, konten *online*, animasi interaktif, dan sebagainya.

b) Pemirsa

Audiens dari media cetak adalah orang-orang yang melek huruf sehingga sanggup memahami maksud tulisan. Sementara media elektronik lebih fleksibel dan dapat menjangkau lebih banyak kalangan, termasuk mereka yang buta huruf.

c) Kemudahan mengakses berita terbaru

Media cetak terbit secara teratur baik mingguan maupun bulanan, berbeda dengan media elektronik yang memungkinkan pengguna mengakses publikasi kapan saja.

d) Jangkauan

Pada media cetak cakupan jangkauannya lebih terbatas dari pada media elektronik, yaitu meliputi kota, provinsi, atau negara tertentu. Sedangkan media elektronik dapat menjangkau semua orang diseluruh dunia yang terhubung dengan internet.

e) Keterlibatan pemirsa

Audiens tidak dapat memberikan respon secara langsung pada publikasi media cetak. Namun untuk konten berita *online*, audiens dapat berkomentar mengungkapkan opini, menyukai suatu berita, hingga membagikanya kepada orang lain.²⁸

6. Usaha Mikro Kesil dan Menengah (UMKM)

UMKM Pengertian menurut undang-undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 tentang UMKM adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang diatur dalam undang-undang ini. Usaha mikro adalah ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagai mana yang di maksud dalam undang-undang (UU No. 20 Tahun 2008, 2008).²⁹

²⁸Deasy Mayasari,"*Pengertian dan Perbedaan Media Cetak dan Elektronik Serta Contohnya*",(diakses pada 24 Agustus 2022)

²⁹ Undang undang No 20 Tahun 2008 *Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*

Definisi tentang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) disebutkan dalam undang-undang Nomor 20 tahun 2008 adalah “ sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan di kelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu”. Dalam konteks UMKM, orientasi kewirausahaan dapat membantu perusahaan mengidentifikasi peluang pasar baru dan memanfaatkannya dengan lebih baik melalui keputusan strategis yang kreatif. Selain itu, orientasi kewirausahaan juga dapat membantu perusahaan untuk mengatasi tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis.³⁰ Pengusaha kecil pada umumnya kurang memperhatikan strategi bisnis bahkan tidak memiliki rencana pengembangan usaha. Mereka berfokus bagaimana menjual barang tanpa memikirkan bagaimana melakukan perbaikan pada produk yang mereka pasarkan supaya lebih baik. Kebanyakan pengusaha UMKM berfokus hanya pada penjualan barangnya dan hasil usaha yang mereka dapatkan biasanya akan di habiskan untuk konsumsi pribadi dan keluarga.³¹

Polemik UMKM di Indonesia tidak terlepas dari banyaknya permasalahan yang sering dihadapi. Seperti keterbatasan modal, permasalahan tersebut membuat UMKM sulit berkembang.³² Pengelolaan keuangan perlu

³⁰ Fasiha ,Erwin,dan Uci Musdalifah”*The Role Of Entrepreneurial Culture In Improving The Performance Of Micro, Small and Medium Enterprises In Yogyakarta*” *Hasanuddin Economics and Business Review*,7(3),103-112.2024

³¹ Putu Krisna Adwitya Sanjaya dan Putu Nuratama,”*Tata Kelola Manajemen dan Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*”,(Sungguminasa Kab.Gowa:CV Cahaya Bintang Cemerlang),H-4.

³² Akbar Sabani, Muhammad Jihad Firman, ”*The Role Of Arrum VOD (Vehicle Ownership Document) Financing Products In Increasing MSME Income*”. *Patikala Journal Of Sustainable Business & Entrepreneurship*, vol.1,no.2,2023, <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/pj/index>.

diterapkan oleh pelaku UMKM diharapkan nantinya akan mengurangi resiko kerugian usaha. Berikut saran pengelolaan keuangan untuk UMKM:

- 1) Memisahkan uang milik pribadi dan milik usaha. Kesalahan yang sering terjadi dan paling sering dilakukan oleh pelaku UMKM adalah mencampurkan uang usaha dengan uang pribadi. Resiko apabila tidak ada pemisahan antara uang pribadi dan usaha yaitu penggunaan uang pribadi yang berlebih, maka memisahkan secara fisik uang pribadi dan uang usaha sangatlah penting.
- 2) Membuat perencanaan uang. Rencanakan penggunaan uang sebaik mungkin. Jangan pernah mempergunakan uang tanpa perencanaan yang jelas.
- 3) Kemungkinan menemui keadaan kekurangan dana bila tidak ada perencanaan yang jelas. Menyesuaikan rencana pengeluaran dengan target penjualan dan penerimaan kas. Lakukan analisis *cost and benefit* untuk memastikan bahwa pengeluaran yang dilakukan tidak sia-sia dan memberikan keuntungan yang jelas.
- 4) Membuat buku catatan keuangan. Ingatan seseorang tidak selalu kuat dan bahkan sangat terbatas, maka mengelola keuangan sebuah usaha haruslah dengan catatan yang lengkap. Minimal memiliki buku kas masuk dan buku kas keluar yang mencatat arus keluar masunya uang, selain mencocokkan jumlah fisik uang dengan catatan anda. Mencatat hutang piutang serta asset-aset yang anda miliki. Apabila mampu, dapat menggunakan sistem computer untuk memudahkan proses pencatatan.
- 5) Menghitung keuntungan dengan benar. Menghitung keuntungan dengan tepat sama pentingnya dengan menghasilkan keuntungan itu sendiri. Bangian

paling penting dalam menghitung keuntungan adalah menghitung biaya-biaya. Sebagian besar biaya dapat diketahui karena menggunakan pembayaran tunai. Sebagian yang lain berupa uang kas, yaitu penyusutan dan amortasi. Sebagian lagi belum terjadi namun perlu dicadangkan untuk pengeluaran di masa mendatang, contohnya pajak dan bunga.

6) Memutar arus kas. Manajemen keuangan juga meliputi bagaimana untuk mengelola hutang, piutang dan persediaan. Pemutaran kas melambat jika termin penjualan kredit lebih lama dari pada harga belinya, atau jika anda harus menyimpan persediaan barang dagang. Usahakan termin penjualan kredit sama dengan pembelian kredit.

7) Melakukan pengendalian terhadap harta, utang, dan modal, lakukan pemeriksaan terhadap persediaan yang ada di gudang secara berkala dan memastikan semuanya dalam keadaan lengkap dan baik-baik saja. Hal yang sama juga perlu dilakukan terhadap piutang-piutang kepada pembelian serta tagihan-tagihan dari supplier.

8) Menyisihkan keuntungan untuk pengembangan usaha. Menikmati keuntungan dari usaha tentu saja adalah hal yang wajar, namun sisihkanlah Sebagian keuntungan yang anda miliki untuk mengembangkan usaha, atau untuk menjaga kelangsungan usaha. Semakin besar sebuah usaha, maka akan semakin kompleks pula cara pengelolaan keuangannya. UMKM yang sudah

memiliki kreditor dan investor maka semakin tinggi pula tuntutan untuk memiliki catatan keuangan yang baik.³³

a. Peran dan fungsi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

peran UMKM menurut kementerian koperasi dan UMKM terdiri dari beberapa poin, diantaranya:

- 1) UMKM sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor.
- 2) Sebagai penyedia lapangan kerja yang besar.
- 3) UMKM sebagai penggerak kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat.
- 4) UMKM sebagai pencipta pasar baru dan ladang inovasi.
- 5) Turut adil dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.

b. Asas dan Tujuan UMKM

Dalam Bab II undang-undang No 20 tahun 2008 disebutkan asas dan tujuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yaitu:

- 1) Kekeluargaan
- 2) Demokrasi ekonomi
- 3) Kebersamaan
- 4) Efisiensi berkeadilan
- 5) Berkelanjutan
- 6) Berwawasan lingkungan
- 7) Kemandirian
- 8) Keseimbangan kemajuan

³³ Pusporini. "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Pelaku UMKM Kecamatan Cinere, Depok". Tahun 2020: 704-705

9) Kesatuan ekonomi nasional

Sedangkan dalam pasal 3 disebutkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usaha, dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

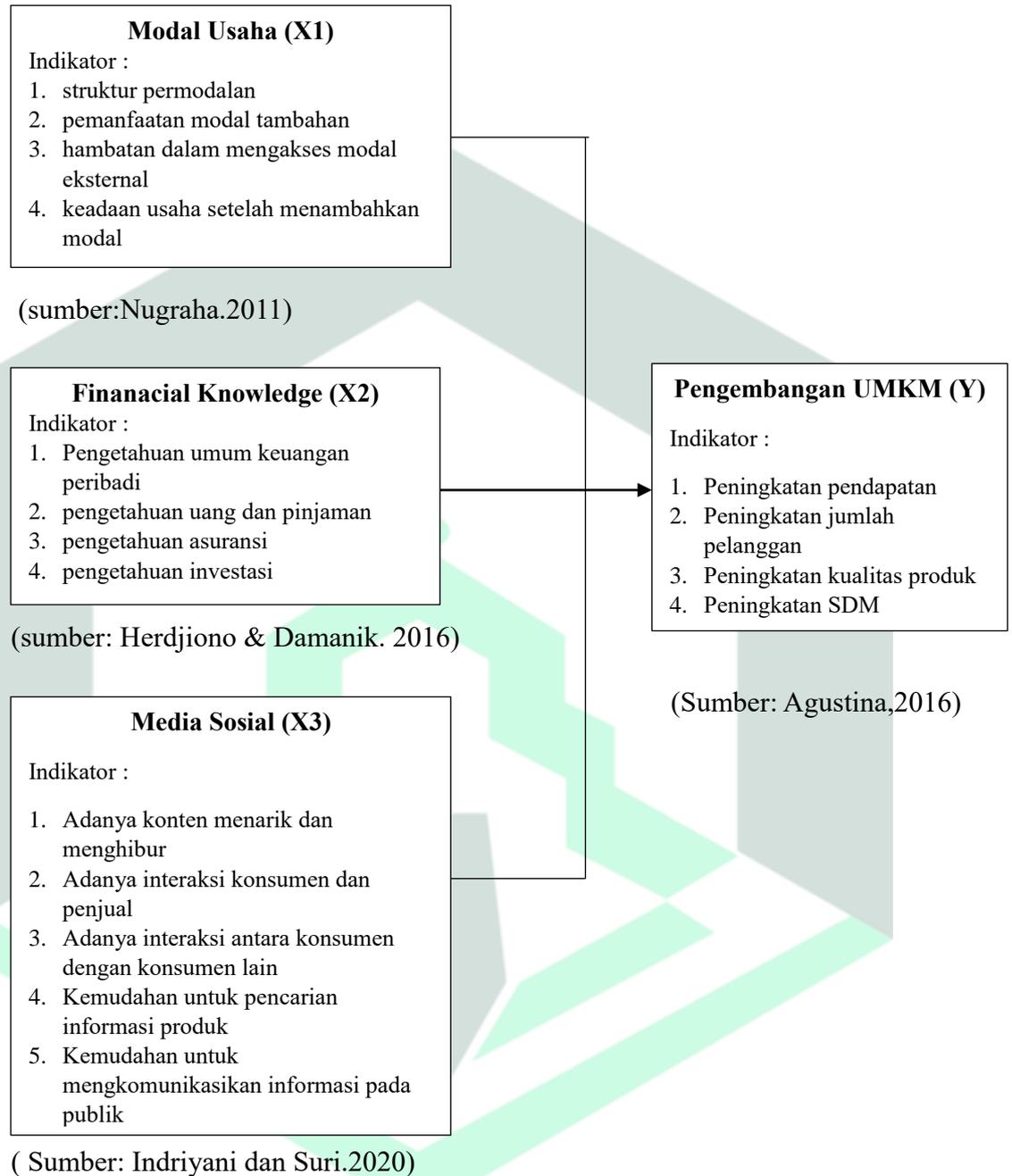
c. Perspektif Usaha UMKM

Menurut buku Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, perspektif usaha mikro kecil dan menengah diklasifikasikan dalam empat kelompok ,yaitu:

- 1) UMKM sektor informal, contohnya pedagang kaki lima.
- 2) UMKM adalah jenis usaha dengan kemampuan untuk mengembangkan usahanya.
- 3) Usaha kecil dinamis merupakan UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerja sama (menerima kerja sub kontrak) dan ekspor.
- 4) *Fast Moving Enterprise* adalah jenis usaha yang memiliki kemampuan yang cakup dalam berwirausaha dan telah siap bertransformasi menjadi usaha besar.³⁴

³⁴ Endang Rukmana “*Pengaruh Inklusifitas dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM*”.Skripsi, 2022. <http://repository.iainpalopo.ac.id>

C. Kerangka Pikir



Berdasarkan kerangka pikir diatas, pengaruh modal (X_1), *financial knowledge* (X_2), dan media sosial (X_3) akan memberikan pengaruh terhadap Perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara (Y).

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Berikut adalah hipotesis dari penelitian perumusan dan tujuan masalah maka di susun hipotesis penelitian Pengaruh Modal, *Financial Knowledge* dan Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara. Hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini adalah:

1. H0: Diduga Modal Usaha tidak berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara.
H1: Diduga adanya pengaruh Modal Usaha terhadap Perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara.
2. H0: Diduga *Finanacial Knowledge* tidak berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara.
H2: Diduga adanya pengaruh *Finanacial Knowledge* terhadap Perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara.
3. H0: Diduga Media Soaial tidak berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara.
H3: Diduga adanya pengaruh Media Sosial terhadap Perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara.
4. H0: Diduga Modal Soaial, *Finanacial Knowledge*, dan Media Sosial tidak secara simultan berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM *Fhasion* di Kabupaten Kolaka Utara.

H4: Diduga Modal Soaial, *Finanacial Knowledge*, dan Media Sosial berpengaruh secara simultan terhadap Perkembangan UMKM *Fhasion* di Kabupaten Kolaka Utara.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berbentuk angka-angka dan analisis menggunakan statistik, penelitian ini berdasarkan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di terapkan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di lakukan di Kabupaten Kolaka Utara, Sulawesi Tenggara. Tepatnya di tiga Kecamatan yaitu Kecamatan Lambai, Kecamatan Lasusua, dan Kecamatan Pakue Utara. Waktu penelitiannya telah dilakukan sejak tanggal 03 Juli s/d 03 Agustus 2024.

C. Defenisi Operasional Variabel

Definisi oprasional variabel merupakan suatu definisi yang diberikan pada satu variabel untuk memperkirakan variabel tersebut. Definisi oprasional variabel dalam penelitian ini dapat di lihat pada table berikut:

Tabel 3.2 Definisi Oprasional Tabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Modal Usaha	Modal usaha adalah Sebagian dana yang akan digunakan sebagai pengeluaran pokok untuk	1. Struktur permodalan 2. Pemanfaatan

		memulai berdagang, di pinjamkan dan sebagainya, atau bisa juga berupa benda/kekayaan yang digunakan untuk menghasilkan sesuatu yang dapat menambah kekayaan.	<p>modal tambahan</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Hambatan dalam mengakses modal eksternal 4. Keadaan usaha setelah menambahkan modal
2	<i>Financial knowledge</i>	<i>Financial knowledge</i> (literasi keuangan) terdiri dari beberapa pengetahuan dan kemampuan terkait keuangan yang dimiliki oleh individu agar mampu mengolah atau menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidupnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan umum keuangan pribadi 2. Pengetahuan uang dan pinjaman 3. Pengetahuan asuransi 4. Pengetahuan investasi
3	Media Sosial	Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu dengan lainnya yang dilakukan secara online yang memungkinkan untuk saling bertukar informasi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya konten menarik dan menghibur 2. Adanya interaksi konsumen dan penjual 3. Adanya interaksi antara konsumen dengan konsumen lain 4. Kemudahan untuk pencarian informasi produk 5. Kemudahan untuk mengkomunikasikan informasi pada public
4	Perkembangan UMKM	Perkembangan UMKM merupakan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan pendapatan 2. Peningkatan jumlah pelanggan

		mengembangkan berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen.	3. Peningkatan kualitas produk 4. Peningkatan SDM
--	--	--	--

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau juga nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.³⁵

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel *independent* dan variabel *dependen*. Variabel *independent* (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel *dependen*. Adapun Variabel *dependen* (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel *independen* . Oprasional variabel pada penelitian ini terdiri dari 4 pokok variabel yang diteliti yaitu Modal Usaha (X_1), *Financial Knowledge* (X_2), Media Sosial (X_3) dan Perkembangan UMKM (Y).

Dalam penelitian ini variabel *independent* yaitu Modal Usaha(X_1), *Financial Knowledge* (X_2), Media Sosial (X_3). Sedangkan variabel *dependen* dalam penelitian ini yaitu Perkembangan UMKM (Y).

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

³⁵ Sugiono, P. D. (2014).”*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*” CV. Alfabeta.

untuk mempelajari sebagai bahan penarikan kesimpulan.³⁶ Dalam penelitian ini populasinya adalah pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Kolaka Utara khususnya di tiga Kecamatan yaitu Kecamatan Lambai, Kecamatan Lasusua, Kecamatan Pakue Utara. Yang berjumlah 1010.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian banyak kasus yang tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu harus membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Menurut Husain dan Purnomo sampel adalah sebagian anggota yang diambil dari populasi dengan menggunakan teknik pengambilan *sampling*.³⁷ Jumlah sampel yang digunakan berjumlah 91 sampel pelaku UMKM di Kabupaten Kolaka Utara yang diukur menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Populasi

e = Nilai presisi atau kesalahan pengambilan sampel yang toleril yaitu (0,1 atau 10%)

³⁶ Zimmerer, T.W dkk. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* (Salemba Empat.2008)

³⁷ Harnadi, Nur Hikmatul Auliyah, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana dan Ria Rahmatul Istiqomag, *Metode Penelitian Kualitataif dan Kuantitatif* (Yo kyakarta:CV. Pustaka Ilmu, 2020), 362

Maka diperoleh besar sampel minimal:

$$n = \frac{N}{Ne^2 + 1} = \frac{1010}{1 + 1010 \cdot (0,01)} = \frac{1010}{11,1} = 91$$

Maka sampel yang dipilih minimal untuk penelitian dengan populasi sebesar 1010 pelaku usaha adalah 91 pelaku usaha.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diteliti. Artinya, teknik pengumpulan data memerlukan langkah yang strategis dan juga sistematis untuk mendapatkan data yang valid dan juga sesuai dengan kenyataan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan teknik kuesioner dan observasi.

Untuk mendapatkan data yang diperlukan pada penelitian ini maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu sebagai berikut.

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap segala gejala subjek yang diselidiki, baik pengamatan itu dilakukan dalam keadaan yang sebenarnya maupun dalam keadaan buatan khususnya diadakan.³⁸ Observasi juga bisa diartikan sebagai pengamatan dengan sistematis sebagai fenomena yang diteliti. Metode observasi dilakukan untuk memperoleh data dan mengetahui kondisi sarana dan prasarana serta yang lainnya yang ada di lokasi penelitian.

³⁸ Winarno Rurahmad, "Pengantar Pendidikan Ilmiah Dasar, Metode, Teknik" edisi 3. Bandung: Transito, 1990 h. 162

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup ataupun terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung.

F. Instrument Penelitian

Instrument penelitian ialah alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.³⁹ Pada penelitian ini menggunakan instrument atau alat ukur berupa angket atau kuesioner yang berisi pernyataan. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Skala *likert* didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek atau setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan dengan skala 1-5 titik dengan panduan sebagai berikut:

Sangat tidak setuju : Skor 1

Tidak setuju : Skor 2

Kurang setuju : Skor 3

Setuju : Skor 4

Sangat setuju : Skor 5

³⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 92-134.

G. Uji Validitas dan Reabilitas Instrument

1. Uji validasi

Uji validasi merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan sampai sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur apa yang diukur. Uji validasi digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk menggunakan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam suatu penelitian baik, yang bersifat deskriptif maupun eksplanatif yang melibatkan variabel/konsep yang tidak bisa diukur secara langsung, masalah validitas tidak sederhana didalamnya juga menyangkut penjabaran konsep dan tingkat teoretis sampai empiris (indicator), namun bagaimana tidak suatu instrument penelitian harus valid agar hasil dapat dipercaya. Mengingat pentingnya masalah validitas, tidak mengherankan apabila para pakar telah banyak berupaya untuk mengkaji masalah validitas serta membagi validitas kedalam beberapa jenis.

2. Uji reabilitas

Uji reabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui kehandalan atau tingkat kepercayaan suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Jika suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan memperoleh hasil pengukur yang relative konsisten, maka alat pengukur tersebut reable.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan dari seluruh responden atau sumber data lainnya terkumpul.⁴⁰ Kajian dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

1. Analisis Statistik inferensial (uji asumsi klasik)

Statistik inferensial sering juga disebut dengan statistic induktif atau statistik probabilitas merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Uji asumsi klasik merupakan uji yang digunakan untuk menguji kelayakan suatu data sebelum menguji dengan analisis regresi berganda dalam suatu penelitian. Uji asumsi terdiri dari yaitu:⁴¹

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Regresi yang baik memiliki regresi yang normal atau mendekati normal. Uji normalitas juga dapat digunakan dengan analisis grafik yang dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal grafik. Jika nilai signifikan $>(0,05)$ maka data tersebut berdistribusi normal, namun jika

⁴⁰ Suharmi Akunto, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*, Edisi 1 (Jakarta:Rineka Cipta,1998),h.206

⁴¹ Ghozali, I. (2011),”*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. BP Universitas Diponegoro.

nilai signifikan $< (0,05)$ maka data tersebut berdistribusi tidak normal.⁴² Jadi uji normalitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah data memiliki distribusi normal atau tidak normal. Apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal begitupun sebaliknya jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas .namun jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat kolerasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas maka model regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikoliearitas atau tidak, salah satunya yaitu dengan cara melihat nilai VIF dan *Tolerance* pada table *coefficients*.

- 1) Jika nilai VIF $< 10,00$ dan nilai *Tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai VIF $> 10,00$ dan nilai *Tolerance* $< 0,1$ maka terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Tujuan dari uji heterokedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan *variance* dari *residual* satu penelitian ke penelitian lainnya. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas yaitu:

⁴² Sugiyono. "Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D" Bandung: Alfabeta,2010.

1) Metode Grafik *Scatterplot*, Jika terdapat pola tertentu pada grafik *scatterplot* seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang) maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

2) Uji Glejser, suatu variabel dikatakan mengalami heterokedastisitas jika nilai signifikan < 0,05 dan jika variabel tersebut tidak mengalami heterokedastisitas apa bila nilai signifikan > 0,05.

2. Analisis regresi linear berganda

Regresi berganda adalah hubungan antara satu variabel dengan dua atau lebih variabel independent dengan tujuan untuk memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independent yang diketahui.⁴³

Regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent (Modal Usaha (X1), *Finanacial Knowledge* (X2), dan Media Sosial (X3) terhadap variabel dependen Perkembangan UMKM (Y1)) Secara Bersama-sama. Model regresi linear berganda pada penelitian ini disampaikan dengan rumus :

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+e$$

Keterangan :

Y = perkembangan UMKM

a = konstanta

⁴³ Edy Supriyadi, *SPSS +Amos*.(Jakarta: In Media, 2014),66.

b_1 = koefisien regresi

b_2 = koefisien regresi

b_3 = koefisien regresi

X_1 = modal usaha

X_2 = *financial knowledge*

X_3 = medi sosial

e = error term

3. Uji Hipotesis

a. Uji parsial (ujiT)

Uji T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji T dilakukan dengan cara yaitu:

- 1) Jika $T_{table} > T_{hitung}$ maka variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $T_{table} < T_{hitung}$ maka variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian ini juga dapat dilakukan dengan cara melihat nilai signifikan T pada Tingkat α sebesar 0,05 atau (5%). Analisis ini didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikan T dengan nilai signifikan 0,05, Dimana syarat-syaratnya yaitu:

- 1) Jika signifikan $T < 0,05$ maka variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (H_0 ditolak, H_a diterima).

2) Jika signifikan $T > 0,05$ maka variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ho diterima, Ha ditolak).

b. Uji Simultanan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independent yang dimaksudkan dalam regresi secara simultan terhadap variabel dependen yang diuji. Pengujian ini menggunakan uji F yaitu dengan membandingkan F hitung dengan F table. Uji ini dilakukan dengan cara yaitu :

- 1) Jika $F \text{ hitung} < F \text{ table}$, maka variabel independent secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $F \text{ hitung} > F \text{ table}$, maka variabel independent secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Adapun uji ini menggunakan suatu variabel table ANOVA (*Analysis of Variance*) dengan melihat nilai signifikan (Sig $< 0,05$ atau 5%). Jika nilai Sig $> 0,05$ maka Ha ditolak . jika F hitung menggunakan formula berikut.

$$F = \frac{R^2/(k - 1)}{1 - R^2/(n - k)}$$

Keterangan:

F= Nilai F hitung

R^2 = Koefisien Determinasi

K = Jumlah Variabel

n = jumlah pengamatan (ukuran sampel)

4. Koefisien determinasi (uji- R^2)

Uji koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independent menjelaskan variabel dependen. Dalam

output SPSS, koefisien determinasi terletak pada table model *summary* dan tertulis *Adjusted R square*.

Nilai $R^2 = 1$ menunjukkan fluktuasi variabel dependen seluruhnya dapat dijelaskan oleh variabel dan tidak ada faktor lain yang menyebabkan fluktuasi variabel dependen. Jika nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, maka semakin kuat kemampuan variabel independent dapat menjelaskan fluktuasi variabel dependen.⁴⁴



⁴⁴ Imam Ghozali, *Analisis Multivariabel Dengan Program IBM SPSS*, edisi 8, (Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 95-96

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Kolaka Utara adalah suatu kabupaten di provinsi Sulawesi Tenggara, Kabupaten ini merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Kolaka yang di sahkan dengan UU Nomor 29 Tahun 2003 tanggal 18 Desember 2003⁴⁵, berdasarkan kebijakan pemerintah pusat menetapkan kalau wilayah bagian utara Kabupaten Kolaka yang telah mekar menjadi Kabupaten Kolaka Utara juga dikenal dengan nama “patowonua” yang artinya 4 wilayah yang dipersatukan, yakni; Wonua Lewawo, Wonua Watunohu, serta wonua Kodeoha.

Kabupaten Kolaka Utara merupakan pemekaran dari Kabupaten Kolaka. Wilayah baru itu awalnya didukung 6 Kecamatan yakni: Kecamatan Lasusua, Ranteangin, Kodeoha, Ngapa, Batuputih dan Pakue.⁴⁶ Setelah resmi menjadi Kabupaten baru, Kecamatan pendukung dimekarkan lagi menjadi Kecamatan baru, yakni: Wawo, Lambai, Katoi, Pakue Utara, Purehu, Tiwu dan Tolala. Sampai Tahun 2008 mencapai 15 Kecamatan, dan jumlah desa sebanyak 111 desa dan 6 Kelurahan. Kabupaten Kolaka Utara memiliki luas wilayah daratan sekitar 3.391,62 Km² dan wilayah perairan laut membentang sepanjang Teluk Bone seluas 12.376 km². Adapun batas-batas wilayah Kolaka Utara sebagai

⁴⁵ Christina,” Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2003 Tentang Pembentukan Kabupaten Bombana, Kabupaten Wakatobi, Dan Kabupaten Kolaka Utara Di Provinsi Sulawesi Tenggara Dengan”, Zitteliana, 19.8(2003), 159-70 <bisnis ritel-ekonomi>.

⁴⁶ Moh. Yahya Mustafa Masmur Lakahena Zainuddin Tika Alu, Jejak Pemekaran KABUPATEN KOLAKA UTARA, 2008.

berikut: Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Ulowai Kabupaten Kolaka dan Kabupaten Konawe Sulawesi Tenggara. Sebelah Barat berbatasan dengan Pantai Timur Teluk Bone. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka.⁴⁷

3. Karakteristik Responden

Berdasarkan pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada responden dapat dilihat karakteristik responden di bawah ini:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berikut data karakteristik responden berdasarkan umur dalam penelitian ini:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur Responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
20-30 Tahun	54 Orang	59 %
31-40 Tahun	37 Orang	41 %
Jumlah	91 Orang	100 %

Sumber: data diolah, 2024

Tabel 4.1 menggambarkan karakteristik responden berdasarkan umur. Dari total 91 responden, mayoritas berusia antara 20-30 tahun, yaitu sebanyak 54 orang atau 59% dari total responden. Sisanya, sebanyak 37 orang atau 41%, berada dalam rentang usia 31-40 tahun.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini:

⁴⁷ Moh. Yahya Mustafa Masmur Lakahena Zainuddin Tika Alu, *Jejak Pemekaran KABUPATEN KOLAKA UTARA*, 2008

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Perempuan	51	56
Laki-Laki	40	44
Jumlah	91 Orang	100 %

Sumber: data diolah, 2024

Tabel 4.2 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari total 91 responden, 51 orang atau 56% adalah perempuan, sementara 40 orang atau 44% adalah laki-laki.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SD	6	7 %
SMP	11	12 %
SMA	63	69 %
Sarjana	11	12 %
Jumlah	91 Orang	100 %

Sumber: data diolah, 2024

Tabel 4.3 menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir. Dari 91 responden, mayoritas memiliki pendidikan terakhir SMA, yaitu sebanyak 63 orang atau 69%. Responden dengan pendidikan terakhir SMP dan Sarjana masing-masing berjumlah 11 orang atau 12%, sedangkan yang berpendidikan SD berjumlah 6 orang atau 7%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan menengah atas.

4. Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah metode untuk menentukan seberapa akurat alat ukur dalam suatu penelitian, seperti kuesioner atau angket, dalam mengukur konsep yang diinginkan. Validitas alat ukur ini dievaluasi dengan korelasi product moment, yang menilai hubungan antara setiap item dalam instrumen dengan total skor, memastikan bahwa instrumen tersebut benar-benar mencerminkan aspek yang hendak diukur, seperti perilaku prososial. Berikut hasil uji validitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.4 Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Modal Usaha (X1)	X1.1	0.301	0.2061	Valid
	X1.2	0.350	0.2061	Valid
	X1.3	0.414	0.2061	Valid
	X1.4	0.444	0.2061	Valid
	X1.5	0.493	0.2061	Valid
	X1.6	0.507	0.2061	Valid
	X1.7	0.511	0.2061	Valid
	X1.8	0.517	0.2061	Valid
	X1.9	0.548	0.2061	Valid
	X1.10	0.591	0.2061	Valid
	X1.11	0.470	0.2061	Valid
<i>Financial Knowledge</i> (X2)	X2.1	0.482	0.2061	Valid
	X2.2	0.487	0.2061	Valid
	X2.3	0.574	0.2061	Valid
	X2.4	0.590	0.2061	Valid
	X2.5	0.623	0.2061	Valid
	X2.6	0.628	0.2061	Valid
	X2.7	0.470	0.2061	Valid
Media Sosial (X3)	X3.1	0.431	0.2061	Valid
	X3.2	0.475	0.2061	Valid
	X3.3	0.509	0.2061	Valid
	X3.4	0.565	0.2061	Valid
	X3.5	0.585	0.2061	Valid
	X3.6	0.638	0.2061	Valid

	X3.7	0.655	0.2061	Valid
	X3.8	0.676	0.2061	Valid
	X3.9	0.724	0.2061	Valid
Perkembangan UMKM (Y)	Y1	0.360	0.2061	Valid
	Y2	0.426	0.2061	Valid
	Y3	0.582	0.2061	Valid
	Y4	0.591	0.2061	Valid
	Y5	0.594	0.2061	Valid
	Y6	0.649	0.2061	Valid
	Y7	0.710	0.2061	Valid
	Y8	0.737	0.2061	Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2024.

Berdasarkan Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dan item-item pernyataan yang diuji melalui aplikasi SPSS dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai R hitung untuk setiap item pernyataan lebih besar dari R tabel sebesar 0.2061. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat validitas, yang menunjukkan bahwa alat ukur tersebut dapat secara akurat mengukur apa yang seharusnya diukur.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat uji yang digunakan untuk mengukur seberapa konsisten hasil pengukuran suatu instrumen ketika pengukuran dilakukan berulang-ulang. Uji reliabilitas dapat digunakan untuk menunjukkan tingkat keandalan, keakuratan, ketelitian, dan konsistensi. Berikut hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.5 Uji Realibilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach's</i>	Batas Realibilitas	Keterangan
Modal Usaha	0.823	0.60	Reliabel
Financial Knowledge	0.805	0.60	Reliabel
Media Sosial	0.814	0.60	Reliabel

Perkembangan Umkm	0.864	0.60	Reliabel
-------------------	-------	------	----------

Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel, memiliki nilai Alpha Cronbach's di atas batas reliabilitas 0.60. Dengan koefisien Alpha yang cukup besar (≥ 0.60), dapat disimpulkan bahwa semua konsep pengukuran dari kuesioner tersebut adalah reliabel, sehingga item-item pada setiap variabel layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

c. Asumsi Klasik

Asumsi klasik adalah uji statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel. Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketetapan dan konsisten. Uji asumsi klasik juga digunakan untuk menguji apakah data yang telah dikumpulkan oleh peneliti memiliki kualitas yang baik.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji statistik yang digunakan untuk menentukan apakah data yang diamati memiliki distribusi normal, yang merupakan asumsi penting dalam banyak analisis statistik parametrik. Uji ini diperlukan untuk memastikan validitas hasil uji statistik, terutama dalam model regresi, variabel independen, dan dependen. Jika data tidak berdistribusi normal, hasil analisis statistik bisa menjadi tidak akurat. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode Uji Kolmogorov-Smirnov. Uji Kolmogorov Smirnov adalah uji nonparametrik terhadap persamaan distribusi probabilitas satu dimensi kontinu yang dapat digunakan untuk menguji apakah suatu sampel berasal dari

distribusi probabilitas referensi tertentu, atau untuk menguji apakah dua sampel berasal dari distribusi yang sama, berikut hasil uji nya:

Tabel 4.6 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		91	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.93525266	
Most Extreme Differences	Absolute	.086	
	Positive	.086	
	Negative	-.052	
Test Statistic		.086	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.096	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.094	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.086
		Upper Bound	.101

a. Test di stribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai probabilitas (Sig.) sebesar 0.096, yang lebih besar dari 0.050. Hal ini mengindikasikan bahwa data residual dari variabel independen terhadap variabel dependen terdistribusi secara normal, sehingga memenuhi asumsi normalitas yang diperlukan dalam analisis regresi.

2) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji ini merupakan bagian dari analisis asumsi klasik dan umumnya diharuskan dalam penelitian yang menggunakan skala likert.

Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1.561	1.758		-.888	.377
	Modal Usaha	.125	.079	.273	1.581	.118
	Financial Knowledge	-.002	.102	-.003	-.017	.986
	Media Sosial	-.049	.058	-.128	-.845	.401

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel bebas memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari tingkat signifikansi yaitu 0,05. Ini berarti tidak ada adanya heteroskedastisitas dalam model regresi.

3) Uji Multikolenaritas

Uji multikolinieritas adalah prosedur yang dilakukan untuk mendeteksi adanya interkorelasi atau kolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi. Tujuan utama dari uji ini adalah untuk memastikan bahwa tidak terdapat korelasi tinggi atau sempurna antara variabel bebas, yang dapat memengaruhi hasil analisis regresi. Jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih besar dari 10 dan nilai tolerance kurang dari 0.10, maka dapat dikatakan bahwa terjadi multikolinieritas dalam model tersebut.

Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.568	3.025		2.833	.006		
	Modal Usaha	.390	.136	.088	3.657	.013	.390	.136
	Financial Knowledge	.473	.175	.379	2.709	.008	.473	.175

Media Sosial	.342	.100	.401	3.407	.001	.342	.100
--------------	------	------	------	-------	------	------	------

a. Dependent Variable: Perkembangan Umkm

Tabel 4.8 menunjukkan hasil uji multikolinearitas dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk semua variabel memiliki nilai VIF tersebut jauh di bawah batas ambang 10, menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas signifikan dalam model regresi ini. Ini berarti bahwa tidak ada korelasi tinggi antara variabel bebas yang dapat memengaruhi validitas model regresi.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menentukan arah serta besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, analisis ini juga memungkinkan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai yang diketahui dari variabel independen, sehingga memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang hubungan antar variabel dalam model yang diteliti.

Tabel 4.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	8.568	3.025		2.833	.006
	Modal Usaha	.390	.136	.088	3.657	.013
	Financial Knowledge	.473	.175	.379	2.709	.008
	Media Sosial	.342	.100	.401	3.407	.001

a. Dependent Variable: Perkembangan Umkm

Berdasarkan tabel tersebut persamaan model regresi dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 8.568 + 0.390X_1 + 0.473X_2 + 0.342X_3 + \epsilon$$

Penjelasan dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Intercept (Konstanta) sebesar 8.568: Ini adalah nilai prediksi dari Perkembangan UMKM ketika semua variabel independen (Modal Usaha, Financial Knowledge, dan Media Sosial) bernilai nol.
- 2) Koefisien Modal Usaha sebesar 0.390: Setiap peningkatan satu unit dalam Modal Usaha akan menyebabkan peningkatan sebesar 0.390 unit pada Perkembangan UMKM, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.
- 3) Koefisien Financial Knowledge sebesar 0.473: Setiap peningkatan satu unit dalam Financial Knowledge akan menyebabkan peningkatan sebesar 0.473 unit pada Perkembangan UMKM, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.
- 4) Koefisien Media Sosial sebesar 0.342: Setiap peningkatan satu unit dalam Media Sosial akan menyebabkan peningkatan sebesar 0.342 unit pada Perkembangan UMKM, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

e. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t adalah metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen dalam model regresi. Tujuan dari uji ini adalah untuk menentukan apakah setiap variabel independen memberikan kontribusi signifikan terhadap variabel dependen, dengan mempertimbangkan pengaruh variabel

independen lainnya. Dalam uji t, setiap koefisien regresi diuji dengan membandingkan nilai t-hitung dengan nilai t-tabel, serta memperhatikan nilai signifikansi (p-value). Jika nilai signifikansi kurang dari level alfa (misalnya, 0.05), maka variabel independen dianggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari level alfa, maka variabel independen dianggap tidak memberikan pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.

Tabel 4.10 Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	
	B	Std. Error				
1	(Constant)	8.568	3.025		2.833	.006
	Modal Usaha	.390	.136	.088	3.657	.013
	Financial Knowledge	.473	.175	.379	2.709	.008
	Media Sosial	.342	.100	.401	3.407	.001

a. Dependent Variable: Perkembangan Umkm

Berdasarkan hasil uji parsial, t-tabel yang digunakan adalah $Df = n - k = 91 - 4 = 87$ sehingga derajat bebas pengujian adalah 87, kemudian nilai batas kemaknaan atau nilai alpha untuk pengujian hipotesis ini sebesar 5% (0,05) karena penelitian termasuk uji 2 arah maka nilai alpha pengujiannya sebesar $5\%:2 = 2,5\%$, sehingga t tabel penelitian ini yaitu 1.987. Hasil analisis menunjukkan hal berikut:

- a) Modal Usaha memiliki t-hitung sebesar 2.833 dengan nilai signifikansi (Sig.) 0.006. Karena t-hitung (2.833) lebih besar dari t-tabel (1.987) dan nilai Sig. (0.006) lebih kecil dari 0.05, variabel Modal Usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM.

- b) *Financial Knowledge* memiliki t-hitung sebesar 3.657 dengan nilai signifikansi (Sig.) 0.013. Karena t-hitung (3.657) lebih besar dari t-tabel (1.987) dan nilai Sig. (0.013) lebih kecil dari 0.05, variabel *Financial Knowledge* juga memiliki pengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM.
- c) Media Sosial memiliki t-hitung sebesar 2.709 dengan nilai signifikansi (Sig.) 0.008. Karena t-hitung (2.709) lebih besar dari t-tabel (1.987) dan nilai Sig. (0.008) lebih kecil dari 0.05, variabel Media Sosial juga memiliki pengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM.

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan F, atau uji F, digunakan untuk menentukan apakah ada pengaruh signifikan secara bersama-sama dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi. Uji ini mengevaluasi hipotesis nol bahwa semua koefisien regresi untuk variabel independen sama dengan nol, yang berarti variabel-variabel independen tidak memberikan kontribusi signifikan dalam memprediksi variabel dependen secara bersamaan. Jika nilai F-hitung melebihi nilai F-tabel pada tingkat signifikansi yang ditentukan (misalnya 0,05), maka hipotesis nol ditolak dan dapat disimpulkan bahwa setidaknya ada satu variabel independen yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan fit dan variabel-variabel independen bersama-sama mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen.

Tabel 4.11 Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	247.833	3	82.611	21.323	.000 ^b
	Residual	337.068	87	3.874		
	Total	584.901	90			

a. Dependent Variable: Perkembangan Umkm

b. Predictors: (Constant), Media Sosial , Modal Usaha, Financial Knowledge

Hasil uji simultan F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 21.323 dengan nilai signifikansi (Sig.) 0.000. Nilai F-hitung ini dibandingkan dengan nilai F-tabel sebesar 2.70. Karena nilai F-hitung (21.323) jauh lebih besar daripada nilai F-tabel (2.70) dan nilai Sig. (0.000) jauh lebih kecil dari 0.05, maka kesimpulannya secara simultan variabel Modal Usaha, Financial Knowledge dan Media Sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen Perkembangan UMKM.

3) Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa baik model regresi dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Koefisien determinasi, yang dapat dilihat melalui nilai R-square (R^2) pada tabel Model Summary, menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1; semakin mendekati 1, semakin baik model dalam memprediksi variabel dependen. Sebaliknya, nilai yang mendekati 0 menunjukkan bahwa variabel independen hanya mampu menjelaskan sedikit variasi dalam variabel dependen.

Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.651 ^a	.424	.404	1.968

a. Predictors: (Constant), Media Sosial , Modal Usaha, Financial Knowledge
b. Dependent Variable: Perkembangan Umkm

Tabel tersebut menunjukkan hasil uji koefisien determinasi dengan nilai R Square sebesar 0,424, ini berarti bahwa 42,4% variasi dalam variabel dependen, yaitu Keputusan Penggunaan, dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model, yaitu Modal Usaha, Financial Knowledge dan Media Sosial

B. Pembahasan

1. Pengaruh Modal Usaha terhadap perkembangan UMKM fashion di Kabupaten Kolaka Utara.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa modal usaha memiliki t-hitung sebesar 2.833 dengan nilai signifikansi (Sig.) 0.006. Karena t-hitung (2.833) lebih besar dari t-tabel (1.987) dan nilai Sig. (0.006) lebih kecil dari 0.05, variabel Modal Usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM. Dengan demikian, peningkatan modal usaha dapat menjadi faktor kunci dalam memajukan dan mengembangkan sektor fashion di Kabupaten Kolaka Utara.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Rahayu mengatakan bahwa modal usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap UMKM.⁴⁸ Modal usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM karena modal usaha yang memadai memberikan dasar yang kuat untuk

⁴⁸ Dwi Rahayu "Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada Reparasi Sepeda Motor Di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman)". Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Hal 27-36, Vol 9, No 1, 2020.

menjalankan dan mengembangkan bisnis. Modal yang cukup memungkinkan UMKM untuk melakukan investasi pada berbagai aspek penting, seperti pembelian bahan baku, pengadaan peralatan, dan pengembangan produk. Dengan modal yang cukup, UMKM dapat memperluas kapasitas produksi, meningkatkan kualitas produk, serta memasuki pasar baru. Selain itu, modal usaha juga mendukung kegiatan operasional sehari-hari, memperbaiki alur kas, dan memberikan fleksibilitas dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi. Tanpa modal yang memadai, UMKM mungkin mengalami kesulitan dalam menjalankan strategi pertumbuhan, yang dapat menghambat potensi perkembangan dan keberhasilan jangka panjang bisnis tersebut.

2. Pengaruh *Financial Knowledge* terhadap perkembangan UMKM fahasion di Kabupaten Kolaka Utara.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa *Financial Knowledge* memiliki t-hitung sebesar 3.657 dengan nilai signifikansi (Sig.) 0.013. Karena t-hitung (3.657) lebih besar dari t-tabel (1.987) dan nilai Sig. (0.013) lebih kecil dari 0.05, variabel *Financial Knowledge* juga memiliki pengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM. Artinya, pemahaman yang baik tentang keuangan dapat berperan penting dalam meningkatkan pertumbuhan dan keberhasilan UMKM di sektor fashion di wilayah tersebut.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Ferdiansyah dan Eri Bukhari mengatakan bahwa *Financial Knowledge* berpengaruh positif dan

signifikan terhadap perkembangan UMKM.⁴⁹ Financial knowledge memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM karena pemahaman yang baik tentang manajemen keuangan membantu pelaku UMKM membuat keputusan yang lebih tepat dan strategis. Pengetahuan tentang pengelolaan arus kas, perencanaan anggaran, dan analisis laporan keuangan memungkinkan UMKM untuk mengelola sumber daya mereka secara efektif, mengidentifikasi peluang investasi, dan menghindari risiko finansial. Dengan financial knowledge yang kuat, UMKM dapat merencanakan pertumbuhan jangka panjang, memaksimalkan profitabilitas, dan meningkatkan efisiensi operasional. Sebaliknya, kekurangan pengetahuan finansial dapat mengakibatkan kesalahan dalam pengelolaan keuangan, kesulitan dalam memenuhi kewajiban keuangan, dan potensi kegagalan bisnis. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang keuangan berkontribusi pada keberhasilan dan keberlanjutan UMKM.

3. Pengaruh Media Sosial terhadap perkembangan UMKM fashion di Kabupaten Kolaka Utara

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa Media Sosial memiliki t-hitung sebesar 2.709 dengan nilai signifikansi (Sig.) 0.008. Karena t-hitung (2.709) lebih besar dari t-tabel (1.987) dan nilai Sig. (0.008) lebih kecil dari 0.05, variabel Media Sosial juga memiliki pengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan media sosial yang efektif dapat berkontribusi secara substansial pada pertumbuhan dan pengembangan UMKM di sektor fashion di daerah tersebut.

⁴⁹ Ahmad Ferdiansyah dan Eri Bukhari. "Pengaruh Modal, Financial Knowledge, Teknologi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Fashion Di Bekasi Utara." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen* 17.2 (2021): 103-114.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Iqbal Fikrul Husein menunjukkan bahwa variabel media sosial berpengaruh terhadap perkembangan UMKM.⁵⁰ Media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM di sektor fashion dengan memungkinkan pemasaran dan promosi yang luas dan biaya rendah, meningkatkan kesadaran merek, serta memperluas jangkauan pasar baik lokal maupun internasional. Platform seperti Instagram dan Facebook memfasilitasi interaksi langsung dengan pelanggan, mempercepat umpan balik, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, media sosial memungkinkan UMKM untuk meluncurkan kampanye promosi khusus dan memanfaatkan alat analisis untuk memahami tren dan preferensi pelanggan, sehingga dapat menyesuaikan strategi mereka untuk mencapai pertumbuhan dan pengembangan yang lebih baik.

4. Pengaruh Modal Usaha, *Financial Knowledge* dan Media Sosial terhadap perkembangan UMKM fashion di Kabupaten Kolaka Utara

Hasil uji simultan F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 21.323 dengan nilai signifikansi (Sig.) 0.000. Nilai F-hitung ini dibandingkan dengan nilai F-tabel sebesar 2.70. Karena nilai F-hitung (21.323) jauh lebih besar daripada nilai F-tabel (2.70) dan nilai Sig. (0.000) jauh lebih kecil dari 0.05, maka kesimpulannya secara simultan variabel Modal Usaha, *Financial Knowledge* dan Media Sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen Perkembangan UMKM.

⁵⁰ Mohammad Iqbal Fikrul Husein "Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk, dan Digital Payment Terhadap Perkembangan UMKM Di Kelurahan Wonokromo Kabupaten Bantul". Skripsi 2023 (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Iqbal Fikrul⁵¹ dan Dwi Rahayu⁵² mengatakan bahwa Secara simultan, variabel Modal Usaha, Financial Knowledge, dan Media Sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen Perkembangan UMKM jika hasil uji statistik (seperti uji F dalam analisis regresi) menunjukkan bahwa nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel dan nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0.05. Hal ini berarti bahwa ketiga variabel independen tersebut bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan UMKM. Secara bersama-sama, ketersediaan modal yang memadai, pengetahuan finansial yang baik, serta penggunaan media sosial untuk promosi atau komunikasi bisnis mampu mendorong pertumbuhan UMKM secara signifikan.

⁵¹ Mohammad Iqbal Fikrul Husein "Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk, dan Digital Payment Terhadap Perkembangan UMKM Di Kelurahan Wonokromo Kabupaten Bantul". Skripsi 2023 (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).

⁵² Dwi Rahayu "Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada Reparasi Sepeda Motor Di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman)". Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Hal 27-36, Vol 9, No 1, 2020.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka kesimpulan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Secara parsial hasil uji t menunjukkan bahwa modal usaha memiliki t_{hitung} sebesar 2.833 dengan nilai signifikansi (Sig.) 0.006. Karena t_{hitung} (2.833) lebih besar dari t_{tabel} (1.987) dan nilai Sig. (0.006) lebih kecil dari 0.05, variabel Modal Usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM. Modal usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM karena modal usaha yang memadai memberikan dasar yang kuat untuk menjalankan dan mengembangkan bisnis. Modal yang cukup memungkinkan UMKM untuk melakukan investasi pada berbagai aspek penting, seperti pembelian bahan baku, pengadaan peralatan, dan pengembangan produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Rahayu dengan judul Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada Reparasi Sepeda Motor Di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman). Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap UMKM
2. Secara parsial hasil uji t menunjukkan bahwa *Financial Knowledge* memiliki t_{hitung} sebesar 3.657 dengan nilai signifikansi (Sig.) 0.013. Karena t_{hitung} (3.657) lebih besar dari t_{tabel} (1.987) dan nilai Sig. (0.013) lebih kecil dari 0.05,

variabel Financial Knowledge juga memiliki pengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM. Financial knowledge memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM karena pemahaman yang baik tentang manajemen keuangan membantu pelaku UMKM membuat keputusan yang lebih tepat dan strategis. Pengetahuan tentang pengelolaan arus kas, perencanaan anggaran, dan analisis laporan keuangan memungkinkan UMKM untuk mengelola sumber daya mereka secara efektif, mengidentifikasi peluang investasi, dan menghindari risiko finansial. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Ferdiansyah dan Eri Bukhari dengan judul Pengaruh Modal, Financial Knowledge, Teknologi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Fashion Di Bekasi Utara, hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa *Financial Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.

3. Secara parsial hasil uji t menunjukkan bahwa Media Sosial memiliki t_{hitung} sebesar 2.709 dengan nilai signifikansi (Sig.) 0.008. Karena t_{hitung} (2.709) lebih besar dari t_{tabel} (1.987) dan nilai Sig. (0.008) lebih kecil dari 0.05, variabel Media Sosial juga memiliki pengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM. Media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM di sektor fashion dengan memungkinkan pemasaran dan promosi yang luas dan biaya rendah, meningkatkan kesadaran merek, serta memperluas jangkauan pasar baik lokal maupun internasional. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Iqbal Fikrul Husein dengan judul penelitian Pengaruh Media Sosial , Inovasi Produk, dan Digital

Payment Terhadap Perkembangan UMKM Di Kelurahan Wonokromo Kabupaten Bantul hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel media sosial berpengaruh terhadap perkembangan UMKM

4. Secara simultan Hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 21.323 dengan nilai signifikansi (Sig.) 0.000. Nilai F_{hitung} ini dibandingkan dengan nilai F_{tabel} sebesar 2.70. Karena nilai F_{hitung} (21.323) jauh lebih besar daripada nilai F_{tabel} (2.70) dan nilai Sig. (0.000) jauh lebih kecil dari 0.05, maka kesimpulannya secara simultan variabel Modal Usaha, Financial Knowledge dan Media Sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen Perkembangan UMKM. . Secara bersama-sama, ketersediaan modal yang memadai, pengetahuan finansial yang baik, serta penggunaan media sosial untuk promosi atau komunikasi bisnis mampu mendorong pertumbuhan UMKM secara signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Iqbal Fikrul⁵³ dan Dwi Rahayu⁵⁴ mengatakan bahwa Secara simultan, variabel Modal Usaha, Financial Knowledge, dan Media Sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen Perkembangan UMKM jika hasil uji statistik (seperti uji F dalam analisis regresi) menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0.05. Hal ini berarti bahwa ketiga variabel

⁵³ Mohammad Iqbal Fikrul Husein "Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk, dan Digital Payment Terhadap Perkembangan UMKM Di Kelurahan Wonokromo Kabupaten Bantul". Skripsi 2023 (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).

⁵⁴ Dwi Rahayu "Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada Reparasi Sepeda Motor Di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman)". Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Hal 27-36, Vol 9, No 1, 2020.

independen tersebut bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan UMKM.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa modal usaha, pengetahuan keuangan, dan media sosial secara signifikan mempengaruhi perkembangan UMKM fashion di Kabupaten Kolaka Utara, disarankan agar pihak terkait, seperti pemerintah dan lembaga keuangan, meningkatkan dukungan terhadap UMKM melalui pemberian modal usaha yang memadai dan pelatihan pengetahuan keuangan. Selain itu, penting untuk memanfaatkan media sosial secara optimal dalam strategi pemasaran UMKM. Dengan pendekatan yang holistik ini, diharapkan UMKM fashion di Kabupaten Kolaka Utara dapat lebih berkembang dan berdaya saing di pasar yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Muh Ruslan, Dan Fasiha Kamal. "Pengantar Islamic Economics Mengenal Konsep Dan Praktek Ekonomi Islam." (2013): 1-211.
- Arsawan, I. W. E., Korval, V., Rinjiani, I., Rustiarini, N. W., Supartha, W. G., & Suryantini, N. P. S. (2020). *Leveraging knowledge sharing and innovation culture into SMEs sustainable competitive advantage. International journal of productivity and performance management.*
- Anisa Maratus Solika "Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Modal Usaha, Kreativitas, dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keberlanjutan UMKM Di Kota Malang" skripsi (2022):
- Akbar Sabani, Muhammad Jihad Firman, "The Role Of Arrum VOD (Vehicle Ownership Document) Financing Products In Increasing MSME Income". *Patikala Journal Of Sustainable Bussines & Enterpreneurship*, vol.1,no.2,2023, <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/pj/index>.
- Ahmad Ferdiansyah dan Eri Bukhari. "Pengaruh Modal, Financial Knowledge, Teknologi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Fashion Di Bekasi Utara." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen* 17.2 (2021): 103-114.
- A.A. Islahi, "Konsepsi Ekonomi Ibn Taimiyah", Terjemahan oleh Anshori Thayyib, (Surabaya: Bina Ilmu, 1997), H.188.
- Badan Pusat Statistika Kabupaten Kolaka Utara, <https://kolutkab.bps.go.id>
- Dwi Rahayu "Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada Reparasi Sepeda Motor Di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman)". *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, Hal 27-36, Vol 9, No 1, 2020.
- Deasy Mayasari, "Pengertian dan Perbedaan Media Cetak dan Elektronik Serta Contohnya", (diakses pada 24 Agustus 2022)
- Dr.Sugito, SE., M., SI, et al., "Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha". (Deliserdang Sumatra Utara: Universitas Medan Area Press, 2022.
- Dr. Muhammad Rifa'i, M. Pd., dan Husniah, M. Pd. E. "Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil". (Medan: Perdana Publishing, 2022).
- Edy Supriyadi, *SPSS + Amos*. (Jakarta: In Media, 2014), 66.

- Eva Rosadi “*Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Bersih Perusahaan Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Home Industry Krupuk Kemplang Skip Rahayu Kec.Bumi Waras Teluk Betung Kota Bandar Lampung)*”.lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan,2019.39. <http://repository.radenintan.ac.id/8367/1/Skripsi%20full.pdf>
- Endang Rukmana “*Pengaruh Inklusifitas dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM*”.Skripsi, 2022. <http://repository.iainpalopo.ac.id>
- Fasiha ,Erwin,dan Uci Musdalifah”*The Role Of Entrepreneurial Culture In Improving The Performance Of Micro,Small and Medium Enterprises In Yogyakarta*” *Hasanuddin Economics and Busines Review*,7(3),103-112.2024
- Ghozali, I. (2011),”*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. BP Universitas Diponegoro.
- Harnadi, Nur Hikmatul Auliyah, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana dan Ria Rahmatul Istiqomag, *Metode Penelitian Kualitataif dan Kuantitatif* (Yogyakarta:CV. Pustaka Ilmu, 2020), 362
- Imam Ghozali, *Anaisis Multivariabel Dengan Program IBM SPSS*, edisi 8,(Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro,2016),95-96
- Kurniawan “*Pengaruh Modal dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pelaku Usaha Mikro Di Kelurahan Siranindi Kecamatan Palu Barat Dalam Perspektif Ekonomi Islam*” Skripsi (2019). <http://repository.iainpalu.ac.id>
- Kementrian Agama RI, “*Al-Qur’an dan Terjemahan* (Bandung, CV Mikraj Kanzanah Ilmu, 2016).
- Liana Sri Wulandari”*Pengaruh Finanacial Knowledge dan Financial Behaviour Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Pada Anggota Pembiayaan Murabahah KSPPS AL-Ishlah Mitra Sejahtera Rajagaluh)*” Skripsi 2023 (IAIN Syekh Nurjati Cirebon)
- Liani Sri Wylandari “*Pengaruh Financial Knowledge dan Financial Behaviour Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) studi pada anggota pembiayaan Murabaha KSPPS Al-Ishlah mitra sejahtera rajagaluh.*” Skripsi. 2023.
- Leon A. abdillah, “*Peran Media Sosial Moderen*”,(Palembang:Bening Media Publishing,2022).

- Muh Ruslan Abdullah, Et Al. "*Pengantar Islamic Economics Mengenal Konsep Dan Praktek Ekonomi Islam.*" (2013): 1-211.
- Mohammad Iqbal Fikrul Husein"*Pengaruh Media Sosial , Inovasi Produk, dan Digital Payment Terhadap Perkembangan UMKM Di Kelurahan Wonokromo Kabupaten Bantul*". Skripsi 2023 (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta). <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/62974>
- Nurliana "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Rumput Laut Di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar*", (Makassar, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019).18.
<http://repositori.uinalauddin.ac.id/18128/1/Analisis%20Faktor%20Yang%20Mempengaruhi%20Pendapatan.pdf>
- Nur Fajar Istinganah,Widiyanto"*Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Karakteristik Wirusaha Terhadap Perkembangan UMKM*". *Economic Education Analysis Journal* Terakreditasi SINTA 5. EEAJ 9 (2)(2020) 438-455. [https:// journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj](https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj)
- Otoritas Jasa Keuangan,"*Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan*".01 Desember 2020. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019.aspx>
- Otoritas jasa keuangan,"*literasi keuangan*",2017.edukasi-dan-perlindungan-konsumen/pages/literasi-keuangan.aspx
- Pusporini. "*Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Pelaku UMKM Kecamatan Cinere, Depok*". Tahun 2020: 704-705
- Riwayanti,H. E. (2013) "*Financial Inclusion Of Business Player In Mediating The Success Of Small and Medium Enterprises In Indonesia*". *International Journal Of Conomics and Financial Issues*, 7(4), 623-627. <http://www.econjournals.com>
- Rulli Nasrullah,"*Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*".(Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017)
- Sugiyono. "*Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*" Bandung: Alfabeta,2010.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif, dan R&D*,(Bandung:Alfabeta, 2014), 92-134.

- Suharmi Akunto, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*, Edisi 1 (Jakarta:Rineka Cipta,1998),h.206 Sugiyono. “*Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, kualitatif danR&D*” Bandung: Alfabeta,2010.
- Selvi dan Nur Fitri Yanuar Misilu,”*Literasi Keuangan Masyarakat(Pahami Investasi Keuangan Anda)*”. 1,(Gorongtalo: Ideas Publishing,2018).
- Tri Utari dan Putu Martini, *pengaruh modal, tingkat Pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat*,E-Jurnal EP Unud,3{12} : 576-585.
- Undang undang No 20 Tahun 2008 *Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*
- Winarno Rurahmad,” *Pengantar Pendidikan Ilmiah Dasar, Metode, Teknik*” edisi 3. Bandung: Transito, 1990 h. 162
- Yola Anggraini “*Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude,Locus Of Control dan Financial Self Efficacy Terhadap Financial Managemant Behavior Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*” Skripsi (2020). <https://repository.uin-suska.ac.id>
- Zimmerer, T.W dkk. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* (Salemba Empat.2008)



LAMPIRAN-LAPIRAN

KUESIONER**PENGARUH MODAL USAHA, *FINANCIAL KNOWLEDGE*, DAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI KABUPATEN****KOLAKA UTARA****IDENTITAS RESPONDEN****NAMA LENGKAP :****JENIS KELAMIN :****USIA :****Petunjuk pengisian**

Bapak/ibu diminta untuk mengisi jawaban yang sebenar-benarnya, dengan memberi tanda centang pada salah satu kotak yang sesuai dengan pilihan jawaban anda.

Keterangan

Sangat Tidak Setuju : 1

Tidak Setuju : 2

Kurang Setuju : 3

Setuju : 4

Sangat Setuju : 5

variabel	No	Pernyataan	Pendapat				
			STS	TS	N	S	SS
Modal Usaha	1	Modal berupa uang sangat diperlukan dalam proses membangun dan mengembangkan usaha					
	2	Dalam membangun dan mengembangkan usaha, pelaku usaha hanya menggunakan modal sendiri, tanpa modal pinjam					
	3	Modal sendiri dapat memenuhi segala kebutuhan usaha bagi pelaku usaha					
	4	Modal pinjam lebih besar dari modal sendiri					
	5	Modal usaha yang digunakan mempengaruhi operasional usaha					
	6	Terdapat banyak hambatan dalam mengakses atau mengajukan pinjaman modal					
	7	Untuk membangun dan mengembangkan usaha, pelaku usaha memerlukan pinjaman					
	8	Modal tambahan sangat diperlukan dalam perkembangan usaha pelaku usaha saat ini					
	9	Semakin besar tambahan modal maka semakin besar pendapatan yang diterima					

	10	Keadaan usaha lebih baik setelah penambahan modal					
	11	Bantuan modal baik dari pihak bank maupun dari lembaga keuangan lainnya sangat penting untuk peningkatan usaha					
<i>Finanacial Knowledge</i>	1	Pelaku usaha terhindar dari berbagai penipuan uang jika pelaku usaha mempunyai pengetahuan keuangan yang memadai					
	2	Pelaku usaha mengetahui manfaat melakukan pengelolaan keuangan dengan baik					
	3	Menurut pelaku usaha menabung bermanfaat untuk masa depan					
	4	Pelaku usaha akan semakin layak dalam melakukan kredit jika pelaku usaha dapat menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak pernah telat dalam melakukan pembayaran					
	5	Pelaku usaha mengetahui manfaat dan keuntungan memiliki asuransi					
	6	Pelaku usaha mengetahui pentingnya memiliki asuransi					
	7	Pelaku usaha mengetahui bahwa investasi merupakan penanaman dana saat ini, untuk mendapatkan keuntungan dimasa depan					

Media Sosial	1	Media sosial membantu menghubungkan pelaku usaha dan konsumen tanpa Batasan jarak sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran					
	2	Mempromosikan produk di media sosial meningkatkan volume penjualan					
	3	Setelah mempromosikan produk di media sosial, perputaran dana usaha berkembang pesat					
	4	Konsumen dapat mengakses informasi yang diberikan pelaku usaha dengan cepat melalui media sosial					
	5	Kemudahan pelaku usaha dalam memasarkan peoduknya melalui media sosial sebagai sarana berkomunikasi.					
	6	Mempromosikan produk di media sosial meningkatkan laba usaha.					
	7	Setelah mempromosikan produk di media sosial, jumlah pengikut (<i>followers</i>) bertambah.					
	8	Rutin berbagi informasi seputar produk di media sosial membuat citra usaha semakin baik.					
	9	Promosi di media sosial membuat jumlah pelanggan bertambah					
	1	Pelaku usaha menawarkan					

Perkembangan UMKM		produk yang dijangkau oleh semua kalangan agar perkembangan usaha meningkat					
	2	Harga uang yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang di rasakan agar peningkatan penjualan meningkat dan usaha semakin berkembang					
	3	Pelaku usaha menawarkan produk dengan potongan harga yang dapat menarik konsumen untuk membantu perkembangan usaha.					
	4	Pemasaran atau promosi membantu dalam meningkatkan jumlah pelanggan.					
	5	Omzet penjualan pelaku usaha cukup tinggi sehingga memotivasi pelaku usaha cukup tinggi sehingga memotivasi pelaku usaha bekerja lebih giat.					
	6	Jumlah tenaga kerja yang pelaku usaha butuhkan mencukupi untuk membantu mengelola usaha.					
	7	Kualitas karyawan pelaku usaha selalu memenuhi standar yang telah dibuat.					
	8	Agar mendapatkan karyawan yang rajin dan jujur, pelaku usaha mempekerjakan keluarga					

3	3	3	3	3	3	4	22
3	3	3	3	3	2	3	20
3	3	3	3	3	3	3	21
2	2	4	4	3	4	3	22
3	3	3	4	3	4	3	23
4	4	2	3	2	4	3	22
3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	3	4	3	3	24
3	3	3	4	4	3	3	23
3	3	3	4	3	4	2	22
3	4	4	3	4	4	3	25
4	4	3	4	4	4	3	26
3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	3	3	3	3	3	21
4	3	3	3	4	3	4	24
3	3	4	4	4	3	2	23
3	3	3	3	3	3	3	21
2	3	4	4	4	1	2	20
3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	3	3	4	2	3	21
3	3	3	3	3	3	3	21
4	3	3	4	4	4	3	25
3	2	4	4	4	3	4	24
3	4	3	4	4	3	4	25
3	4	3	3	4	3	4	24
3	4	3	4	3	3	4	24
3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	4	4	4	4	3	25
3	3	4	3	4	4	3	24
3	3	4	4	3	3	3	23
3	4	3	3	4	4	3	24
3	3	3	3	3	3	3	21
4	3	3	3	3	3	3	22
4	3	4	3	4	4	4	26
4	3	4	4	3	4	4	26
4	3	3	2	3	3	4	22
3	3	3	3	4	4	3	23
3	3	4	4	3	3	3	23

4	4	3	4	4	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	4	4	4	3	3	26
3	3	4	3	3	3	3	22
3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	3	3	3	3	4	22
3	3	3	3	3	2	3	20
3	3	3	3	3	3	3	21
2	2	4	4	3	4	3	22
3	3	3	4	3	4	3	23
4	4	2	3	2	4	3	22
3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	3	4	3	3	24
3	3	3	4	4	3	3	23
3	3	3	4	3	4	2	22
3	4	4	3	4	4	3	25
4	4	3	4	4	4	3	26
3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	3	3	3	3	3	21
4	3	3	3	4	3	4	24
3	3	4	4	4	3	2	23
3	3	3	3	3	3	3	21
2	3	4	4	4	1	2	20
3	3	3	3	3	3	3	21

X3 Media Sosial

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3
4	4	3	3	4	3	4	3	3	31
4	4	4	4	3	4	4	3	4	34
4	4	4	3	3	3	3	4	3	31
3	3	3	3	3	3	4	3	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	3	3	3	3	3	4	3	29
4	4	4	3	3	3	4	4	3	32

3	3	3	3	2	2	4	3	3	26
4	4	3	3	3	3	4	4	3	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	3	4	4	4	4	3	4	34
3	3	3	4	2	2	3	3	2	25
3	3	3	4	3	3	3	4	3	29
3	4	3	3	3	3	4	3	4	30
4	4	4	4	3	4	3	3	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	3	4	3	3	4	33
3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
3	3	3	2	3	3	4	3	3	27
3	2	2	2	2	3	4	3	3	24
4	4	4	4	3	3	4	4	3	33
3	3	2	2	2	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	4	3	2	4	2	2	4	27
4	3	4	3	4	4	4	4	4	34
3	4	3	2	1	3	2	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	3	4	3	3	4	3	3	30
4	3	3	4	4	4	4	3	4	33
4	3	2	3	4	3	3	3	4	29
3	4	3	4	4	3	3	2	3	29
3	3	3	3	2	2	4	3	4	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
3	4	3	3	4	4	4	3	3	31
4	3	1	2	2	4	4	2	4	26
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	1	3	1	4	4	1	4	25
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	2	2	3	3	3	4	2	3	26
3	3	3	3	3	3	3	2	3	26
3	3	4	4	3	3	3	4	4	31
3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
4	3	3	4	3	4	4	3	4	32

4	3	1	3	1	4	4	1	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27

Y Perkembangan UMKM Fashion

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y
3	3	4	3	3	3	3	3	25
4	4	4	3	3	4	3	3	28
4	3	4	4	3	4	1	3	26
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	4	4	3	3	26
4	4	3	3	3	3	3	3	26
3	3	3	3	3	3	4	4	26
3	3	3	3	3	3	4	4	26
3	3	4	3	3	4	3	3	26
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	3	3	3	3	2	3	24
3	4	3	3	4	4	4	4	29
4	3	4	4	4	4	3	4	30
4	3	3	4	3	3	3	3	26
4	4	4	4	4	4	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	3	31
3	3	3	3	3	3	4	4	26
4	4	4	4	4	4	4	3	31
3	2	3	3	3	3	4	3	24
3	3	3	3	3	3	3	1	22
2	2	3	3	3	3	3	3	22
3	3	3	3	3	3	4	4	26
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	4	4	26
3	2	3	3	4	3	3	3	24
3	4	3	3	3	3	3	4	26
2	3	4	4	4	3	3	3	26
3	3	4	4	3	3	3	4	27
4	4	4	4	4	4	3	4	31
3	4	4	4	3	3	4	4	29
4	3	3	4	3	3	4	4	28
3	4	4	4	3	4	4	4	30
3	3	4	3	4	3	3	4	27
3	3	3	3	3	4	3	3	25

3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	4	25
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	4	4	26
3	3	4	4	4	4	4	3	29
2	3	3	3	3	3	3	3	23
3	3	3	3	3	3	4	3	25
2	1	3	2	3	3	3	3	20
3	3	3	3	3	3	4	3	25
2	2	3	3	3	3	2	4	22
3	3	3	3	3	3	2	3	23
4	4	4	3	3	4	1	2	25
3	4	3	4	3	3	3	3	26
4	4	3	3	4	3	4	4	29
4	3	3	4	3	3	2	3	25
4	3	3	4	3	4	2	3	26
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	4	4	4	2	3	3	27
3	3	4	3	3	3	3	3	25
4	4	4	3	3	4	3	3	28
4	3	4	4	3	4	1	3	26
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	4	4	3	3	26
4	4	3	3	3	3	3	3	26
4	3	3	3	3	3	2	3	24
3	4	3	3	4	4	4	4	29
4	3	4	4	4	4	3	4	30
4	3	3	4	3	3	3	3	26
4	4	4	4	4	4	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	3	31
3	3	3	3	3	3	3	4	26
4	4	4	4	4	4	4	3	31
3	2	3	3	3	3	4	3	24
3	3	3	3	3	3	3	1	22
2	2	3	3	3	3	3	3	22
3	3	3	3	3	3	4	4	26
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	4	4	26
3	2	3	3	4	3	3	3	24
3	4	3	3	3	3	3	4	26
2	3	4	4	4	3	3	3	26

3	3	4	4	3	3	3	4	27
4	4	4	4	4	4	3	4	31
3	4	4	4	3	3	4	4	29
4	3	3	4	3	3	4	4	28
3	4	4	4	3	4	4	4	30
3	3	4	3	4	3	3	4	27
3	3	3	3	3	4	3	3	25
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	4	25
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	4	4	26
3	3	4	4	4	4	4	3	29
2	3	3	3	3	3	3	3	23
3	3	3	3	3	3	4	3	25
2	1	3	2	3	3	3	3	20
3	3	3	3	3	3	4	3	25



Y8	Pearson Correlation	-.010	.157	.069	.133	.078	-.027	.373*	1	.426**
	Sig. (2-tailed)	.922	.137	.513	.209	.463	.796	.000		.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Perkembangan Umkm	Pearson Correlation	.591*	.737*	.649*	.710*	.582*	.594*	.360*	.426*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Modal Usaha	77.85	43.332	.724	.635	.823
Financial Knowledge	91.47	46.852	.807	.688	.805
Media Sosial	85.40	37.064	.759	.577	.814
Perkembangan Umkm	88.31	45.682	.620	.424	.864

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		91	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.93525266	
Most Extreme Differences	Absolute	.086	
	Positive	.086	
	Negative	-.052	
Test Statistic		.086	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.096	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.094	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.086
		Upper Bound	.101

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.568	3.025		2.833	.006		
Modal Usaha	.390	.136	.088	3.657	.013	.367	2.725
Financial Knowledge	.473	.175	.379	2.709	.008	.339	2.953

Media Sosial	.342	.100	.401	3.407	.001	.479	2.086
--------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Perkembangan Umkm

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.561	1.758		-.888	.377
	Modal Usaha	.125	.079	.273	1.581	.118
	Financial Knowledge	-.002	.102	-.003	-.017	.986
	Media Sosial	-.049	.058	-.128	-.845	.401

a. Dependent Variable: Abs_RES

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.651 ^a	.424	.404	1.968

a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Modal Usaha, Financial Knowledge

b. Dependent Variable: Perkembangan Umkm

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	247.833	3	82.611	21.323	.000 ^b
	Residual	337.068	87	3.874		
	Total	584.901	90			

a. Dependent Variable: Perkembangan Umkm

b. Predictors: (Constant), Media Sosial, Modal Usaha, Financial Knowledge

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.568	3.025		2.833	.006
	Modal Usaha	.390	.136	.088	3.657	.013
	Financial Knowledge	.473	.175	.379	2.709	.008
	Media Sosial	.342	.100	.401	3.407	.001

a. Dependent Variable: Perkembangan Umkm

DOKUMENTASI

Beberapa pelaku UMKM di Kabupaten Kolaka Utara





PEMERINTAH KABUPATEN KOLAKA UTARA
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Kompleks Perkantoran Pemda Kolaka Utara Desa Ponggiha Kec. Lasusua 93912
 Tlp. (0408) 2330133 Fax. (0408) 2330133 HP / WA. 0813 800 80 815

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 000.9.2 / 145 / SKP / DPMPSTSP / VII / 2024

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia nomor 3 tahun 2018 tentang Surat Keterangan Penelitian dan berdasarkan Peraturan Bupati Kolaka Utara Nomor 12 Tahun 2022 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Pelayanan Perizinan Berusaha dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Kolaka Utara serta berdasarkan Surat Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kolaka Utara Nomor : 200.1.2.3/314/2024 pada tanggal 02 Juli 2024 perihal Penyampaian Penerbitan Surat Rekomendasi Izin Penelitian, maka yang bertandatangan dibawah ini Kepala Dinas PMPTSP Kabupaten Kolaka Utara memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada:

Nama : **MARDIAH**
 NIM : 1904030183
 Judul Penelitian : **"PENGARUH MODAL USAHA, FINANCIAL KNOWLEDGE, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM FASHION DI KABUPATEN KOLAKA UTARA"**
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo
 Lokasi Penelitian : Kec. Lambai, Kec. Lasusua dan Kec. Pakue Utara
 Tanggal dan atau lamanya penelitian : Mulai tanggal 03 Juli s/d 03 Agustus 2024

Dengan ketentuan Pemegang Izin Penelitian :

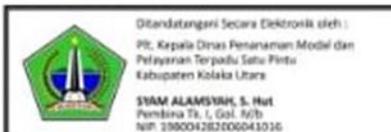
1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan melapor kepada Bupati/walikota Cq. Kepala Bappeda/Kesbangpol, apabila kegiatan dilaksanakan di Kab/Kota.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan menghindahkan adat istiadat setempat.
4. Menyerahkan 1 (satu) eksampulard hardcopy dan softcopy laporan hasil penelitian Kepada Bupati Kolaka Utara, Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Daerah Kab. Kolaka Utara.
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.
6. Surat Keterangan Penelitian ini berlaku sampai dengan 03 Agustus 2024.

Demikian surat keterangan penelitian ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Lasusua

Pada tanggal : 02 Juli 2024

a.n. **BUPATI KOLAKA UTARA**



Tembusan Yth :

1. Bupati Kolaka Utara di Lasusua;
2. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kab. Kolaka Utara di Lasusua;
3. Camat Lambai Kab. Kolaka Utara;
4. Camat Lasusua Kab. Kolaka Utara;
5. Camat Pakue Utara Kab. Kolaka Utara;
6. Arsip.



Balai Sertifikasi Elektronik

- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara.
- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 : "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah".



SURAT KEPUTUSAN
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR : 89 TAHUN 2023

TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAM ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- Menimbang : a. bahwa demi kelancaran proses penyusunan dan penulisan skripsi bagi mahasiswa strata SI, maka dipandang perlu bentuk Pembimbing Penyusunan dan Penulisan Skripsi.
b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas pembimbing sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor.
- Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo.
- Memperhatikan : Penunjukan Pembimbing dan Penguji dari Ketua Prodi

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM SI INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
- Pertama : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas.
- Kedua : Tugas Dosen pembimbing skripsi adalah memberikan arahan, saran dan masukan kepada mahasiswa bimbingan mulai pembuatan proposal penelitian hingga skripsi selesai diujikan berdasarkan panduan penyusunan skripsi dan pedoman akademik yang di tetapkan Institut Agama Islam Negeri Palopo serta berusaha menyelesaikan bimbingan tepat waktu.
- Ketiga : Tugas Dosen penguji adalah : mengoreksi, mengarahkan, menilai/mengevaluasi, menguji dan memberikan penilaian atas skripsi mahasiswa yang diujikan.
- Keempat : Pelaksanaan seminar proposal dihadiri oleh pembimbing dan penguji II (kedua) dan pelaksanaan Ujian Hasil dan Ujian Munaqasyah dihadiri oleh Pembimbing, penguji I (pertama) dan penguji II (kedua)
- Kelima : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2023.
- Keenam : Surat Keputusan berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pembimbingan atau penulisan skripsi mahasiswa selesai dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan didalamnya.
- Ketujuh : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palopo
Pada Tanggal : 22 Februari 2023

a.n. Rektor
Institut Agama Islam Negeri Palopo
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



- Sebaran :
1. Kabiro AUAK;
 2. Pertinggal;
 3. Mahasiswa yang bersangkutan;

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO
NOMOR : 89 TAHUN 2023

TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI (IAIN) PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Mardiah
NIM : 19 0403 0183
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
- II. Judul Skripsi : Pengaruh Modal, Financial Knowledge dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Fashion di Kelurahan Batuputih.
- III. Dosen Pembimbing dan Penguji :
- Ketua Sidang : Dr. Takdir, S.H., M.H.
Sekretaris : Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.
Pembimbing : Muhammad Alwi, S.Sy., M.EI
Penguji Utama (I) : Dr. Fasiha, M.EI.
Pembantu Penguji (II) : Dr. H. Rasbi, S.E., M.M.

Palopo, 22 Februari 2023

a.n. Rektor
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. :

Hal : Skripsi Mardiah

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu alaikum wr wb

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Mardiah

NIM : 1904030183

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Modal Usaha, *Finanacial Knowledge*, dan Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara.

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

wassalamu alaikum wr.wb

Senin, 04 November 2024

Pembimbing



Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.El

NIP. 198907152019081001



NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp :

Hal : Skripsi an. Mardiah

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu alaikum wr.wb

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Mardiah

NIM : 1904030183

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Judul Skripsi : Penengaruh Modal Usaha, *Finanacial Knowledge*, dan Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara.

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu alaikum wr. Wh

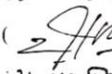
1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I

(Ketua Sidang/Penguji)

()
tanggal : 21-11-2024

2. Akbar Sabani, S.EI., M.E.

(Sekretaris Sidang/Penguji)

()
tanggal : 21-11-2024

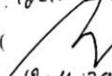
3. Dr. Fasiha, M.EI.

(Penguji I)

()
tanggal : 18-11-2024

4. Dr. H. Muh. Rasbi, S.E, M.M.

(Penguji II)

()
tanggal : 18-11-2024

5. Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.EI.

(Pembimbing I)

()
tanggal : 27-11-2024



NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp :

Hal : Skripsi an. Mardiah

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu alaikum wr.wb

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Mardiah

NIM : 1904030183

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Modal Usaha, *Finanacial Knowledge*, dan Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM *Fashion* di Kabupaten Kolaka Utara.

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu alaikum wr. Wh

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I

(Ketua Sidang/Penguji)

()
tanggal : 21-11-2024

2. Akbar Sabani, S.EI., M.E.

(Sekretaris Sidang/Penguji)

()
tanggal : 21-11-2024

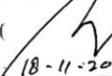
3. Dr. Fasiha, M.EI.

(Penguji I)

()
tanggal : 18-11-2024

4. Dr. H. Muh. Rasbi, S.E, M.M.

(Penguji II)

()
tanggal : 18-11-2024

5. Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.EI.

(Pembimbing I)

()
tanggal : 27-11-2024



PERSETUJUAN PENGUJI DAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan saksama hasil penelitian skripsi berjudul:

Pengaruh Modal Usaha, Finanical Knowledge, dan Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM Fashion di Kabupaten Kolaka Utara.

Yang ditulis oleh:

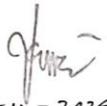
Nama : Mardiah
 NIM : 1904030183
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

wassalamu alaikum wr.wb

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I
 (Ketua Sidang/Penguji)

()
 tanggal : 21-11-2024

2. Akbar Sabani, S.EI., M.E.
 (Sekretaris Sidang/Penguji)

()
 tanggal : 21-11-2024

3. Dr. Fasiha, M.EI.
 (Penguji I)

()
 tanggal : 18-11-2024

4. Dr. H. Muh. Rasbi, S.E, M.M.
 (Penguji II)

()
 tanggal : 18-11-2024

5. Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.EI.
 (Pembimbing)

()
 tanggal : 20-11-2024





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telepon 08524317571
 Email: feb@iainpalopo.ac.id; Website: <https://feb.iainpalopo.ac.id/>

**KARTU KONTROL
 SEMINAR HASIL SKRIPSI**

Nama : MARDIAH
 NIM : 1904030183
 Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	Rabu 26/7/2023	ADAM	Pengaruh Star-Up Digitalisasi terhadap perkembangan UMKM di Kota Palopo		
2	Jumat 07/08/2023	MIRNA	Efektivitas fungsi perencanaan dalam pengelolaan dana desa di desa Sumbur Kab. Izola		
3	06/10/2023	Ibaidah	Pengaruh IPofasi Pradua dan media sosial terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kota Palopo		
4	10/01/2024	Ernyta	Pengaruh price disson dan product quality terhadap impor buying pada pengguna aplikasi e-commerce		
5	14/05/2024	Frida	Pengaruh online customer dan live streaming terhadap keputusan pembelian di aplikasi Shope (Studi di siswa FBI)		
6					
7					
8					
9					
10					

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

IAIN PALOPO

Dr. Takdir, S.H., M.H.
 NIP 197907242003121000

NB.:

- Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian
- Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 5 kali seminar sebelum seminar hasil.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
UNIT MA'HAD AL-JAMI'AH**

Jl. Agatis Kel. Balandai Kec. Bara Kota Palopo
Web: mahad.iainpalopo.ac.id /Email : mahad@iainpalopo.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS MENGAJI

Nomor : 239/In.19/MA.25.02/09/2024

Kepala UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo menerangkan bahwa:

Nama : Mardiah
NIM : 1904030183
Fakultas/Prodi : Ekonomi & Bisnis Islam

telah mengikuti ujian mengaji (Menulis dan Membaca) Al-Qur'an dan dinyatakan;

Lulus dengan predikat:

Membaca : ~~Istimewa, Sangat Baik~~, Baik*
Menulis : ~~Istimewa, Sangat Baik~~, Baik*

demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 04 September 2024

Kepala UPT Ma'had Al-Jami'ah

[Signature]
Dr. Mardi Takwim, M.HI.
NIP. 196805031998031005

Keterangan:

* Coret yang tidak perlu





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Bitti Kota Palopo 91914
Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

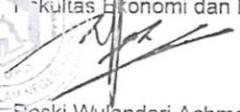
BUKTI PEMBAYARAN UKT

No : 667/n.19/PKBLU/FEBI/11/2024

Nama : MARDIAH
NIM : 1904030183
PRODI : Manajemen Bisnis Syariah
UKT : 1.500.000
Semester : XI (Sebelas)
Tahun Akademik : 2024-2025
Keterangan : Lunas Pembayaran UKT pada Semester I - XI



Palopo, 21 November 2024
Pengelola Keuangan BLU
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Reski Wulandari Achmad, S.Pd.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

TRANSKRIP NILAI
MAHASISWA PROGRAM MA'HAD AL-JAMI'AH

N A M A : MARDIAH
N I M : 19 0403 0183
FAK/PRODI : FEBI/D18

NO	MATA KULIAH	SEMESTER	NILAI	
			ANGKA	HURUF
1	Tahsinul Qiro'ah	I	70	B-
2	Fiqih Ibadah	II	75	B
JUMLAH			145	
RATA-RATA			72,50	

Predikat Kelulusan : Amat Baik / Baik / Cukup / Kurang

Palopo, 04 Juli 2020

Kapala Unit
Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo

Dr. Mardi Takwim, M.HI
NIP 19680503 199803 1 005

CERTIFICATE OF APPRECIATION

NO : 001 / In. 19 / PAK P&L / 00 / 2019



PROUDLY PRESENTED TO

MARDIAH

ATAS PARTISIPASINYA SEBAGAI PESERTA,

PADA KEGIATAN PENGENALAN BUDAYA AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN (PBAK)
DENGAN TEMA "ERA 4.0 DALAM SIPAKATAU, SIPAKAINGE DAN SIPAKALEBBI"
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO TAHUN AKADEMIK 2019-2020

Palopo, 28 - 30 Agustus 2019



Dr. Abdul Piroi, M.Ag.

Rektor IAIN Palopo



Dr. Takdir M.H.

Ketua Panitia



Ari Putra Daliman

Ari Putra Daliman

Presiden BEM

file skripsi_MARDIAH (3)fix.docx

ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

15%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%
2	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	1%
3	123dok.com Internet Source	1%
4	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	1%
5	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
7	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
8	docplayer.info Internet Source	<1%
9	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1%

**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO**

NOTA DINAS

Lamp : 1 (Satu) Skripsi
Hal : Skripsi an. Mardiah
Yth Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Mardiah
NIM : 1904030183
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, *Financial Knowledge*, dan Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM Fhasion di kabupaten Kolaka Utara.

menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut.

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis, dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

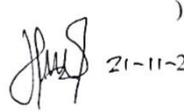
Wassalamu 'alaikum wr. wb

Tim Verifikasi

1. Akbar Sabani, S.EI., M.E.

()
Tanggal: 21-11-2024

2. Nining Angraeni

()
Tanggal: 21-11-2024

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Mardiah, lahir di desa Tampabulu, kec. Poleang Utara, kab. Bombana pada tanggal 09 Juni 2001, Penulis merupakan anak ke 4 dari 4 bersaudara, Dari pasangan seorang ayah bernama (Alm) Mustamin dan Hasni.s saat ini penulis bertempat tinggal di Desa amoe, kec. Pakue Utara, kab.

Kolaka Utara. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2013 di SDN 1 Puundoho, pakue Utara, kolaka Utara. Kemudian, ditahun yang sama menempuh pendidikan di SMPN 1 Pakue Utara hingga tahun 2016 . Pada tahun 2016 melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Batu Putih. Setelah lulus di SMAN 1 Batu Putih tahun 2019, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang di tekuni yaitu di prodi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Contact Person Penulis : mardiahdyah333@gmail.com