

# **Analisis Keuangan Usaha Kerajinan Batik Kayu dalam Memanfaatkan Teknologi Digital pada masa pademi covid-19 di Desa Kreet, Pajangan Bantul**

**Melvin Rahma Sayuga Subroto, Zulfatun Ruscitarsi**

**Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta, Indonesia;**  
melvinrahma@unu-jogja.ac.id

## **Abstrak**

Keuangan usaha yang terencana dengan baik akan memperkirakan pendanaan dan aliran kas, sehingga pelaku usaha dapat mengetahui layak atau tidaknya sebuah usaha yang dijalani. Pelaku usaha kerajinan batik kayu difokuskan dengan hanya loyalitas pelanggan, hanya sebatas pada kegiatan operasional saja, sehingga mengabaikan perencanaan keuangan. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti mengenai keuangan usaha kerajinan batik kayu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keuangan usaha yang telah diterapkan oleh UMKM pada pelaku usaha kerajinan batik kayu dalam memanfaatkan teknologi digital pada masa pademi covid-19 di desa kreet, pajangan Bantul Jenis penelitian ini ialah studi kasus. Perolehan data didapatkan peneliti melalui observasi, kuesioner, wawancara serta dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif agar dapat menjawab rumusan masalah. Hasil penelitian menemukan bahwa pelaku usaha telah menerapkan keuangan usaha dengan memanfaatkan teknologi digital pada masa pademi covid-19 . Pengelolaan keuangan yang diterapkan yaitu penggunaan modal pinjaman dan alokasi pengeluaran usaha sedangkan sulit diterapkan pada modal pribadi dan pencatatan keuangan pelaporan.

Kata kunci Keuangan Usaha, Memanfaatkan Teknologi Digital, UMKM

## **Pendahuluan**

Peranan sektor swasta pada era globalisasi perdagangan ini mengalami peningkatan di berbagai negara berkembang, adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi bagian yang signifikan dalam pengembangan ekonomi dan penciptaan lapangan pekerjaan. (Richardson, Howarth, dan Finnegan, 2004). UMKM merupakan salah satu bentuk paradigma pembangunan di Indonesia untuk dapat mempengaruhi pertumbuhan pendapatan. Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat tentu telah akrab dengan berbagai barang dan jasa yang selalu ditawarkan oleh unit usaha mikro kecil dan menengah atau UMKM.

Pada tahun 2018 terdapat 62,9 juta UMKM unit yang berkembang di Indonesia (Raymond 2019). Angka ini terus bertumbuh hingga tahun 2020 telah mencapai 64 juta unit yang telah didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Angka yang begitu besar dari

pertumbuhan ini membuat UMKM mampu mencetak prestasi di Indonesia seperti menyerap lebih dari 90% tenaga kerja, 60% produk domestik bruto, 14% total ekspor nasional dan 58% total investasi di Indonesia (Bappenda 2017: Putri dan Nailufar, 2019, Suryowati, 2020) Tak heran apabila UMKM ini sebagai penggerak roda perekonomian Indonesia dan mampu memberikan pemerataan kesejahteraan.

Namun sayangnya, Pandemi Covid-19 melanda di dunia, data WHO sampai dengan Desember 2021 yaitu lebih dari 215 negara, termasuk Indonesia mengalami dampak pandemi sejak awal muncul di Wuhan, Cina pada akhir tahun 2019. Kebijakan pembatasan sosial telah membawa perubahan signifikan yang mendorong transformasi aktivitas ekonomi dan tatanan sosial. Hal ini sebagai bentuk penanganan lonjakan korban yang terinfeksi seperti pembatasan fisik, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), hingga *new normal* sampai sekarang ini. Ditengarai bahwa UMKM terkena dampak, 72%, >50% berasal dari UMKM penyedia makanan dan minuman (35, 88%) selanjutnya perdagangan besar dan eceran 25,33% (Hendratyo, 2020), dan >60% jumlah penurunan penjualan, serta 50% diperkirakan gulung tikar. (Lestari, 2020).

Dalam situasi covid-19 para pelaku UMKM mengharuskan siap dengan keadaan dengan memacu agar tetap bertahan dengan usaha yang dijalani, Sehubungan dengan faktor kemajuan daerah di DIY, selama 2017 – 2020 jumlah UMKM di DIY mengalami peningkatan yang signifikan. Dari ke lima kabupaten, jumlah UMKM terbanyak ada di wilayah kabupaten Bantul yang mencapai 22.620 unit. Berikut ini rician pertumbuhan jumlah UMKM di DIY.

Tabel 1 : Pertumbuhan Jumlah UMKM di DIY

KABUPATEN	2017		2018		2019		2020	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Kota Yogyakarta	9,888	60	14,894	52	15,235	5	15,439	2
Sleman	21,524	12	21,294	12	21,782	3	22,073	3
Bantul	20,713	12	21,822	17	22,322	2	22,620	3
Kulon Progo	20,177	-	16,679	-	17,061	2	17,289	1
Gunung Kidul	21,112	-7	20,151	-5	20,613	2	20,889	1
DIY	93,414		94,840		97,013		98,310	

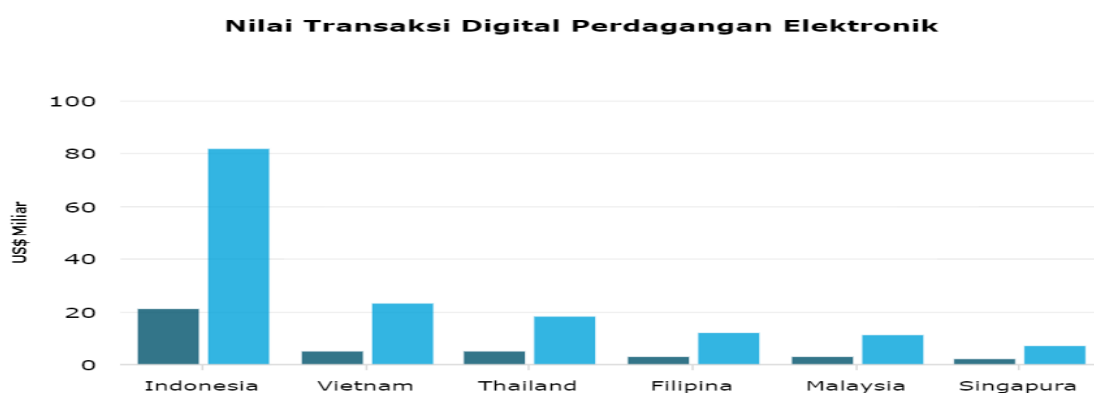
Sumber : DisperindagKop dan UMKM Prop DIY

Jumlah total UMKM DIY dari tahun 2017 sampai 2020 terus mengalami peningkatan dengan rata – rata 10.5%

Peluang di masa pademi akan membuat kebijakan pemerintah terkait pembatasan sosial yang mana telah mengubah kebiasaan konsumen dalam membeli serta berbelanja. Konsumen akan

belajar berimprovisasi dalam kebiasaan baru. Karena terdapat peluang dan momentum untuk melakukan percepatan teknologi digitalisasi (Limayem,& Cheung, 2007). Dibuktikan dengan adanya banyak perubahan perilaku dan konsumsi di berbagai bidang kehidupan yang beralih ke aktivitas digital. (Mc. Kinsey &Company 2020) oleh karena itu UMKM mampu terus mempertahankan bisnisnya dengan kemampuan adaptasi dari bisnis *offline* menjadi *online*.

Pemanfaatan teknologi digital memiliki peran yang sangat krusial dalam sektor ekonomi melalui transaksi digital. Transaksi digital di Indonesia meningkat dengan menduduki peringkat pertama asia tenggara dalam pertumbuhan ekonomi digital. Transaksi teknologi digital di Indonesia mencapai US\$21 miliar atau sekitar Rp29,4 triliun. Institute for Development of Economics and Finance (Indef) memperkirakan nilai ekonomi digital Indonesia naik dua kali menjadi Rp 1.447 triliun (US\$ 1,02 miliar) pada lima tahun mendatang.



Gambar 1 : Transaksi digital perdagangan elektronik 2019 dan 2025  
 Sumber : google Tamasek Oktober 2019.

Kemampuan beradaptasi yang dimunculkan kemajuan teknologi, perubahan demografi, dan cara-cara inovatif akan berpengaruh pada aspek keuangan usaha dalam menjalankan bisnisnya. Meskipun pelaku usaha mempunyai peran yang strategis, namun bukan hal yang mudah dapat mengelola keuangan usaha dalam bisnisnya. Keuangan usaha merupakan aspek yang memiliki tujuan untuk memperkirakan pendanaan dan aliran kas, sehingga pelaku usaha dapat mengetahui layak atau tidaknya sebuah usaha yang dijalani. Keuangan usaha yang baik sangat diperlukan dari sebuah unit usaha dalam mencari sumber dana dan cara mengalokasikan dana tersebut dengan tujuan untuk dapat meningkatkan nilai usaha dalam mensejahterakan pelaku usaha.

Desa Kerebet terletak di sendangsari panjangan bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa kerebet memiliki keunikan tersendiri yaitu ketika pengunjung yang datang di sana disambut dengan galeri di sepanjang jalan kampung yang menjual berbagai hasil kerajinan. Keunikan hasil kerajinan para perajin berasal dari media kayu dengan mempercantik motif batik. Maka tak heran jika di desa kerebet kemudian dikenal oleh masyarakat luas sebagai sentra kerajinan

batik kayu. Sampai sejauh ini perajin desa kerebet berjumlah 57 yang aktif koperasi Sidokaton. Pada umumnya pelaku usaha di sana fokus pada peningkatan mutu dan desain produk dalam menjaga loyalitas kepada konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Hal tersebut juga diharapkan oleh pelaku usaha bahwa produk yang sesuai dengan konsumen agar mutu konsumen tetap terjaga, sehingga dapat menjadi kompetitif dengan produk usaha yang lain.

Namun implementasinya masih terdapat beberapa masalah substansial pada pelaku usaha. Masih banyak pelaku usaha difokuskan dengan hanya loyalitas pelanggan namun setelah itu tidak dapat memproduksi kembali karena pelaku usaha terkendala kekurangan dana sehingga hanya memanfaatkan *budget* yang tersedia saja. Akibatnya pelaku usaha harus mengeluarkan biaya produksi dari uang pribadi. Sebagian dari pelaku usaha juga tidak sering untuk memanfaatkan promosi produk iklan ke teknologi digital. Dengan adanya berbagai masalah tersebut dikhawatirkan usahanya menjadi tidak stabil.

Harapannya meskipun para pelaku usaha terdampak dari Covid-19, bukan berarti pelaku usaha berhenti dalam menjalankan usahanya dan perlu mengetahui pengelolaan keuangan usaha namun masih bisa berupaya untuk menjalankan usaha melalui pemanfaatan teknologi digital. Pada observasi awal yang telah dilakukan, pernyataan tersebut masih kecil jika dibandingkan dengan jumlah pelaku usaha yang belum menggunakan teknologi digital. Berdasarkan masalah di atas yang telah diuraikan peneliti melakukan penelitian dengan judul Analisis Keuangan usaha kerajinan batik kayu dalam memanfaatkan teknologi digital pada masa pademi covid-19 di desa kerebet, pajangan Bantul.

## **Metode Penelitian**

### **Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif *study research* (studi kasus) bersifat deskriptif. Peneliti memilih pendekatan kualitatif karena dapat digunakan untuk menyelidiki dan memahami makna masalah sosial yang berasal dari individu atau kelompok dengan mengumpulkan berbagai macam informasi yang kemudian diolah untuk mendapatkan sebuah solusi agar masalah yang diungkap dapat terselesaikan Creswell (2015). Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yakni untuk menemukan data yang dapat dipercaya dalam upaya mengeksplorasi keuangan usaha kerajinan batik kayu ketika memanfaatkan teknologi digital di masa pademi.

## Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yakni dengan Observasi yakni digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung pada objek kajian, kuesioner yakni pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung melalui google form, Wawancara dipilih *Purposive sampling*, melalui bentuk pertanyaan yang diajukan kepada informan. Sebagai narasumber pokok, informan dipilih berdasarkan peran dan fungsi. Sampel yang diwawancarai yakni 5 pelaku usaha yang mempunyai kriteria sampel yang dipilih. Dokumentasi digunakan untuk memahami persoalan yang sedang diteliti untuk mendapatkan teori atau pendekatan baru (Indrawan, 2014). Dokumentasi berfungsi untuk menguatkan data yang sudah diperoleh baik dari data observasi maupun wawancara

## Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data menurut Miles dan Huberman. Adapun tahapan proses analisis datanya adalah sebagai berikut :



Gambar 2 Teknik Analisis Data Kualitatif Menurut Miles dan Huberman

## Hasil Temuan dan Pembahasan

### Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini data yang didapatkan dari hasil kuesioer Populasi dalam penelitian ini dengan jumlah 125 pelaku usaha. Namun apabila jumlah responden kurang dari 100, sampel diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Sedangkan apabila jumlah responden lebih dari 100, maka pengambilan sampel 10% - 15% atau 20% -25% atau lebih (Arikunto, 2002: 112).

Berpijak pada pendapat tersebut, maka pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah 20% dari populasi yang ada, jumlah populasi melebihi 100 yaitu 125 pelaku usaha. Berarti  $125 \times 20\% = 25$ , jadi sampel untuk disebar kuesioner dalam penelitian ini sebanyak 25 pelaku usaha. Deskripsi umum dapat diperoleh gambaran umum karakteristik narasumber berdasarkan nilai tertinggi pada tiap karakteristiknya yakni 54% jenis kelamin laki- laki, 48% usia 26-40 tahun, 55% pendidikan Lulus S-1 , 52% memanfaatkan teknologi digital FaceBook 40% serta rata-rata pendapatan 3 bulan terakhir yakni Rp.5.000.000 – Rp. 10.000.000.

### Temuan dan Pembahasan

Pada penelitian ini data-data yang didapatkan merupakan perolehan dari metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Menggunakan 4 indikator untuk mengetahui keuangan usaha dilakukan pelaku usaha yakni modal sendiri, modal pinjaman, alokasi dana dan pencatatan keuangan. Berkaitan dengan pelaku usaha dalam melakukan keuangan

usaha penelitian ini mengambil sampel 5 responden yaitu kepala dusun, kepala anggota, dan 3 orang pelaku usaha. Karakteristik atau kriteria sampel yang harus dipenuhi untuk keperluan penelitian ini yaitu Mempunyai karyawan minimal 3 orang. Pelaku usaha yang memiliki omset diatas > Rp.10.000.000 tiap bulan

berikut peneliti deskripsikan keuangan usaha yang dilakukan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya di desa kreet pajangan Bantul

#### 1. Modal Pribadi

Modal merupakan salah satu hal terpenting dalam berlangsungnya usaha. Hal ini sesuai dengan menurut para kepala dusun dan pelaku usaha :

*“dulu awalnya malah jadii menerima reseller sama repacking, tawarin online jadi memanfaatkan teknologi digital yang ada, kalau modal pribadi saya kesulitan karena tidak ada, akhirnya dengan menerima reseller jadi bisa buka sendiri di rumah. Alhamdulillah dari situ awalnya” (PKB-4)*

*“Kalau Saya cermati para perajin di sini memang kebanyakan usaha turun menurun. Ada yang dulu dipegang usahanya ke kedua orang tua , ada berbagi hasil usaha ini dengan adek nya karena dia juga ada dibagian desain kerajinan” (PKB-1)*

*“Kalau ada kegiatan dari dinas, perajin itu nanti ada slot pasang lapak di pameran atau di acara dinas umkm kan lumayan. Nanti, perajin pada mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh dinas umkm, itu nanti dapat pesangon, kemudian uangnya bisa ditabung untuk operasional usaha. Jadi banyak pelaku ushaa itu aktif jadi keuntungannya juga buat keberlangsungan usahanya karena pelanggannya jadi banyakk, dari situ bisa kenal orang – orang penting mbak, lumayan untuk dijadikan relasi” (PKB-2)*

Berdasarkan dari hasil wawancara tersebut modal pribadi dapat menjadi unsur terpenting dalam sebuah kinerja usaha. Untuk itu selaku pemilik usaha memiliki cara tersendiri dalam memulai bisnisnya. Hal tersebut dilakukan supaya dalam kegiatan usaha, masih tetap mengalami keuntungan. Tidak adanya perbedaan antara modal pribadi maupun modal pinjaman dalam proses produksi (Taufiqurrahman, 2017).

#### 2. Modal Pinjaman

Berikut ini adalah alasan yang disampaikan pelaku usaha mengapa lebih memilih melakukan pinjaman modal usaha :

*“Tidak ada pinjam uang di bank tapi saya pinjam di koperasi kecil ,tapi meminjam itu bukan sepenuhnya untuk modal usaha, melainkan juga untuk membantu kebutuhan sehari – hari. Awalnya hanya seorang Ibu rumah tangga biasa, ya pademi gini sepi yang kerja hanya suami, setelah itu beritkad untuk mendapatkan pelatihan setidaknya tidak perlu banyak karyawan karena saya dapat membatu keluarga” (PKB-5)*

*“Pinjam uang untuk tambahan, jadi uangnya saya manfaatkan betul. cuma berharap Adanya kebijakan dari bank saja untuk keringanan pembayaran angsuran karena pendapatan sangat menurun covid gini. produksi ya menurun terus Cashflow usaha tidak*

*lancar mbak. Aku 2 bulan ini belum bayar bunganya, jadi saya pengen ada penundaan pembayaran angsuran, ingin mengkomunikasikan dengan pihak bank” (PKB-3)*

Bedasarkan hasil wawancara di atas Salah satu alasan bagi para pelaku usaha untuk memilih mengajukan pinjaman guna memenuhi kebutuhannya yang mendesak, seperti mengembangkan usaha, dan kebutuhan sehari- hari (Maesaroh, 2016) (Hakim & Mulyani, 2017).

### 3. Alokasi pengeluaran

Keuangan usaha yang baik dilakukan untuk mencapai hasil secara maksimal dengan mengalokasikan dana usahanya yang dimiliki secara efektif dan efisien. Saat melakukan pengalokasian dana dapat dilakukan dengan cara membuat perencanaan operasional usahanya. Hal ini sesuai dengan menurut para pelaku usaha :

*“Sebenarnya sudah mengeluarkan dana tersendiri untuk keperluan biaya pulsa paketan data untuk iklan sosial media, bayar untuk membuat website, namun terkadang ya masih kurang, Meskipun harga ongkir atau paketan data kadang meningkat atau menurun, harga jual barang saya tetap sama.” (PKB-3)*

*“Jualan online juga iya, tapi tidak ada website hanya mengandalkan FB, dan suka ikut pameran batik, sudah ada pasarannya sendiri, kalau online yang dijalankan oleh suami saya saya gak dong.” (PKB-5)*

*“Saat taat, pasti tak buat rincian perkiraan biaya yang dibayarkan dalam harian, mingguan ataupun bulanan, Kebetulan ada bagian admin yang ngerangkap pendapatan tiap bulannya. Admin tugasnya satu tapi ya serabutan yang lain kadang saya bantuin” (PKB- 4)*

Bedasarkan hasil wawancara di atas Salah satu alasan bagi para pelaku usaha untuk memilih mengalokasikan dananya dengan memperkirakan perkiraan biaya yang digunakan termasuk dengan biaya pemasaran (Hakim & Mulyani, 2017).

### 4. Pencatatan keuangan

Pentingnya pencatatan keuangan dengan tersusunnya anggaran, maka dapat dijadikan pedoman untuk menilai baik buruknya suatu hasil yang diperoleh. Suhardi (2019), Dalam perencanaannya seharusnya pelaku usaha dapat melakukan perencanaan program maupun perencanaan usahanya secara mandiri. Menurut responden, pencatatan keuangan tidak banyak untuk dilakukan, karena akan menguras waktu serta merasa kerepotan untuk melakukannya. Terkait asumsi di atas, demikian yang disampaikan oleh responden 2 ketika wawancara :

*“Ada mempunyai penyusunan pembukuan laporan keuangan sederhana seperti neraca, laba rugi dan arus kas itu,tapi masih sederhana, karena butuh pemahaman ” (PKB-4)*

*“ Tidak ada sampai sedetail itu...saya merasa kesulitan, kalau dicatet iya, tapi pencatatannya hanya keluar masuk uang saja” (PKB- 5)*

Pelaku usaha pada umumnya belum memiliki niat dan kemauan yang besar untuk melakukan pencatatan keuangan. Mereka merasa kesulitan dengan segala keterbatasan yang dimiliki, hal

tersebut mengakibatkan belum adanya kesadaran akan pentingnya pencatatan demi keberlangsungan usaha mereka. Jika sebuah bisnis ingin tetap bertahan lebih lama, maka kegiatan pencatatan keuangan tidak boleh diabaikan karena bisnis membutuhkan pencatatan agar transaksi yang sedang atau sudah terjadi dapat diketahui secara jelas (Sadeli, 2018).

### **Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil analisis serta pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaku usaha di desa kreet pajangan Bantul telah melakukan Keuangan usaha dengan memanfaatkan teknologi digital, namun hanya pada indikator tertentu saja, hal tersebut menunjukkan keuangan usaha yang telah dilakukan belum terlaksana secara maksimal karena belum mencakup semua indikator pengelolaan usaha yaitu modal pribadi, modal pinjaman, alokasi pengeluaran. Kesimpulan tersebut diperoleh dari:

1. Pada indikator modal pribadi rata- rata pelaku usaha di sana adalah usaha turun – menurun, namun ada sebagian dari pelaku usaha dalam membangun bisnisnya dengan modal pribadi sehingga lebih bersemangat lagi dalam berusaha dengan modal sendiri.
2. Pada indikator modal pinjaman hampir semua pelaku usaha untuk memilih mengajukan pinjaman guna memenuhi kebutuhan usahanya,
3. Pada indikator alokasi pengeluaran hampir semua alokasi pengeluaran sudah di tulis dapat dimulai dari peningkatan jumlah produksi, jumlah penjualan, memperkuat branding dengan memanfaatkan teknologi digital seperti Facebook dan web
4. Pada indikator pencatatan, pelaku usaha belum melakukan pencatatan keuangan meskipun secara sederhana. Karena menurut pemilik usaha akan menguras waktu serta merasa

### **Saran**

Berdasarkan hasil analisis di atas maka saran yang diberikan peneliti, dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukkan. Adapun saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha diharapkan mampu membaca situasi dan kondisi, khususnya di masa pandemi ini tidak hanya memanfaatkan teknologi digital hanya pada *Facebook ataupun Web*
2. Mengusulkan kepada Dinas yang terkait agar membuat pelatihan terkait penyusunan laporan keuangan secara menyeluruh agar pelaku usaha dapat memiliki pengetahuan sehingga mampu membuat laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi
3. Diharapkan dapat memperluas wilayah penelitian dengan cara menambah jumlah responden atau meneliti dengan responden yang berbeda

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Creswell, J.W. 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. 1st ed. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018, November 12). *Generation Z characteristics and its*



- implications for companies | McKinsey. McKinsey & Company. Diakses pada Oktober 11, 2020 dari McKinsey & Company: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/ourinsights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. K. (2007). How habit limits the predictive power of intention: The case of information systems continuance. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 31(4), 705–737.
- Hakim, Y. P., & Mulyani, S. (2017). Analisis Kebutuhan Modal Kerja Pada Rumah Makan Bintang Lima Di Samarinda. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 11(2)
- Hendartyo, M. (2020, Juni 25). Survei BI: 72 Persen Pelaku UMKM Terdampak Pandemi Corona - Bisnis Tempo.co. Diakses pada November 19, 2020 dari Tempo: <https://bisnis.tempo.co/read/1357762/survei-bi-72-persen-pelakuumkm-terdampak-pandemi-corona/full&view=ok>
- Indrawan, Rully. 2019. Sinergitas Pengembangan KUMKM Melalui Penguatan Peran Antar Lembaga. <https://www.dekop.go.id/>. (27 Agustus 2020).
- Maesaroh. (2016). Perilaku Masyarakat Dalam Memilih Pembiayaan. *Al-Iqtishad: Journal Of Islamic Economics*, 2(2). <https://doi.org/10.15408/aiq.v2i2.2483>
- Munizu, M. (2012). Strategi Bauran Pemasaran dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen. *Manajemen Teori Dan Terapan*, 5(2), 2–8.
- Putri, S. A., & Nailufar, N. N. (2019, Desember 20). Peran UMKM dalam FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PENGUSAHA UMKM DALAM MENGGUNAKAN TEKNOLOGI INTERNET KETIKA MENJALANKAN BISNIS DI MASA PANDEMI COVID-19 CHRYSANT M. D. DJ., B.M. Purwanto, Dr., M.B.A. Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/> 132 Perekonomian Indonesia Halaman all – Kompas.com. Diakses pada Oktober 20, 2021 dari Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/120000469/peran-umkmdalam-perekonomian-indonesia?page=all>
- Raymond, C. (2019, Maret 17). Benarkah 99,9 Persen Jumlah Unit Usaha di Indonesia adalah UMKM? - kumparan.com. Diakses pada September 2, 2021 dari Kumparan.com: <https://kumparan.com/karjaid/benarkah-99-9-persen-jumlahunit-usaha-di-indonesia-adalah-umkm-1552834338532079419/ful>
- Richardson, P., R. Howarth and G. Finnegan. (2004). *The Challenges of Growing Small Businesses, Insights from Women Entrepreneurs in Africa*. Geneva: International Labour Organization (ILO).
- Sadeli. 2018. *Dasar-Dasar Akuntansi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suryowati, E. (2020, Januari 16). Akumindo Yakin Kontribusi UMKM Tahun ini Capai Rp 2.394,5 Triliun. Diakses pada Agustus 20, 2020 dari Jawa Pos. <https://www.jawapos.com/ekonomi/16/01/2020/akumindo-yakin-kontribusiumkm-tahun-ini-capai-rp-2-3945-triliun/>
- Taufiqurrahman. (2017). Peningkatan Pendapatan Pemilik Usaha Mebel Melalui Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Pringsewu. 08(01), 17–32