

Pengaruh Dana BPUM, Human Capital, dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Malang)

Wulan Suci Andriani¹, Kartika², Resha Dwi Ayu Pangesti³

Universitas Jember, Indonesia^{1, 2, 3}

✉ Corresponding Author:

Nama Penulis: Wulan Suci Andriani

E-mail: wulansuci0544@gmail.com

Abstract: *This research was conducted to determine the impact of BPUM, human capital, and digital marketing funding variables on the performance of MSMEs in Malang Regency. The research method used is descriptive statistical quantitative method with multiple regression analysis techniques. The total population used is 84,800 micro business actors. From the total population, the slovin formula is used to determine a minimum sample of 100 respondents. The number of samples obtained from distributing questionnaires directly obtained 106 respondent data with 3 outlier data. The research results showed that the BPUM and digital marketing funding variables had a significant effect on MSME performance, while the human capital variable had no significant effect on MSME performance in Malang Regency.*

Keywords: *Productive Assistance for Micro Enterprises (BPUM), Human Capital, Digital Marketing, MSME Performance*

Abstrak: *Penelitian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh variabel dana BPUM, human capital, dan digital marketing terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Malang. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif statistik deskriptif dengan teknik analisis regresi berganda. Jumlah populasi yang digunakan yaitu sebanyak 84.800 pelaku usaha mikro. Dari jumlah populasi tersebut, digunakan rumus slovin untuk menentukan sampel minimal yang berjumlah 100 responden. Jumlah peroleh sampel dari penyebaran kuesioner secara langsung diperoleh 106 data responden dengan 3 data outlier. Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa variabel dana BPUM dan digital marketing berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM sedangkan variabel human capital berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Malang.*

Kata Kunci: *Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM), Human Capital, Digital Marketing, Kinerja UMKM*

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 berdampak terhadap hampir semua sektor, termasuk sektor ekonomi. Menurut data BPS Indonesia 2020, perekonomian Indonesia di kuartal I tumbuh sebesar 2,97% kemudian di kuartal II mulai turun minus 5,32%, dan di kuartal III Indonesia mengalami resesi minus 3,49% (Ahmad, 2022). Penurunan perekonomian Indonesia ini selain diakibatkan karena Covid-19 juga turut diakibatkan oleh beberapa faktor, salah satunya faktor kontribusi UMKM terhadap kontribusi PDB nasional. Hal ini selaras dengan bunyi Undang-undang No. 20 tahun 2008 yang menjelaskan bahwa UMKM termasuk salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus didukung, dilindungi dan dikembangkan tanpa mengabaikan peranan BUMN.

Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2021) dimana pada tahun 2019 UMKM memberikan kontribusi sebesar 60,51% dengan nominal dalam miliar sebesar Rp9.580,762,7 dan di tahun 2020 kontribusi yang diberikan sebesar 61,97% dengan nominal dalam miliar sebesar Rp9.566.939,4. Data diatas menunjukkan bahwa dengan menurunnya jumlah UMKM turut berdampak terhadap menurunnya kontribusi UMKM terhadap PDB nasional. Menurunnya kontribusi UMKM terhadap PDB nasional turut berdampak terhadap menurunnya perekonomian Indonesia. Penurunan kontribusi UMKM terhadap PDB nasional dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional

No	Tahun	PDB Nasional (Miliar)	Kontribusi PDB Nasional (Miliar)	Persentase
1	2017	Rp13.589.825,70	Rp7.820,282,6	60,9%
2	2018	Rp14.838.756,00	Rp9.062.028,3	61,07%
3	2019	Rp15.832.657,20	Rp9.580,762,7	60,5%
4	2020	Rp15.438.017,50	Rp9.566.939,4	61,97%
5	2021	Rp16.970,789,20	Rp10,233.385,8	60,3%

Sumber: Laporan Kinerja Kementerian Koperasi dan UKM, 2021

Menurunnya kontribusi PDB nasional seperti tabel 1.1 diatas mengharuskan pemerintah memikirkan solusi dari keterpurukan tersebut. Berbagai upaya dan kebijakan baru dilakukan guna meminimalisir rantai penyebaran Covid-19 dan meningkatkan perekonomian Indonesia. Menurut Muhadjir Efendi selaku Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, tiga kebijakan yang dibuat pemerintah yaitu yang pertama fokus bidang Kesehatan, kedua memastikan keamanan sosial masyarakat, dan ketiga terkait economic survival untuk memperbaiki pondasi ekonomi setelah dilanda pandemi Covid-19 (Mutiara, 2020).

Menurut Edward UP Nainggolan selaku Kakanwil DJKN Kalimantan Barat, dalam upaya mewujudkan economic survival program pemerintah berupa Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) yaitu program yang berisikan kegiatan peningkatan

Pengaruh Dana BPUM, Human Capital, dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Malang)

konsumsi/demand dalam negeri, peningkatan/supply aktivitas dunia usaha, serta mempertahankan kestabilan ekonomi dan ekspansi moneter (Nainggolan, 2020). Peraturan PEN diatas meliputi pemberian program bantuan bunga pinjaman (margin), belanja imbal jasa penjamin (IJP), pemberian jaminan

Digunakannya BPUM sebagai salah satu variabel penelitian dari beberapa program PEN diatas dikarenakan menurut Hidayah et al. (2022) BPUM merupakan dana hibah yang bukan pinjaman. Program BPUM yang termasuk dalam kegiatan PEN diberikan dengan tujuan membantu permasalahan modal pelaku UMKM sehingga kinerja usaha dapat meningkat (Nainggolan, 2020). Menurut Nainggolan (2020) terdapat beberapa permasalahan UMKM selain permasalahan keuangan yang perlu diselesaikan yaitu mutu serta kuantitas produksi, akses pemasaran, packaging produk, kualitas human capital pelaku UMKM, dan laporan keuangan. Dari berbagai permasalahan diatas, peneliti menggunakan variabel BPUM, human capital, dan digital marketing dalam upaya untuk mengetahui bagaimana pengaruh ke tiga variabel tersebut terhadap variabel dependen.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yaitu Malini & Herawati (2021) yang di kuatkan oleh penelitian Puteri (2019) dan Hafzoach (2022). Hasil penelitian dari peneliti terdahulu yaitu dalam jurnal Malini & Herawati (2021) menyatakan bahwa BPUM, software akuntansi, dan human capital berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Selaras dengan penelitian Puteri (2019) yang menjabarkan bahwa human capital, structural capital, relasional capital, dan digital marketing secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Pendapat kedua ahli diatas di dukung oleh penelitian penelitian Hafzoach (2022) yang menghasilkan penelitian bahwa efektivitas penggunaan BPUM, modal usaha, sistem informasi akuntansi berpengaruh simultan terhadap kinerja keuangan UMKM.

Urgensi dilakukannya penelitian ini dikarenakan terdapat beberapa penelitian terdahulu yang tidak sejalan dengan hasil ketiga penelitian acuan diatas. Perbedaan hasil penelitian terkait BPUM dikemukakan oleh Hitipeuw et al. (2022) dan Wijayaningsih et al. (2021) yang menyatakan bahwa penerima dan penyaluran bantuan BPUM belum efektif dikarenakan belum tepat sasaran. Perbedaan lainnya yaitu terkait hasil penelitian human capital. Hal ini dikemukakan oleh Wusko & Alfianto (2022) yang menjelaskan bahwa human capital berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja UMKM. Selain itu urgensi dilakukannya penelitian di Kabupaten Malang didasarkan pada kontribusi PDRB Kabupaten Malang. Menurut data Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Prov. Jawa Timur, 2019 jumlah kontribusi PDRB Kabupaten Malang sebesar 69,87 Triliun sehingga menduduki peringkat lima besar penyumbang PDRB Jawa Timur. Besarnya jumlah kontribusi PDRB yang diberikan Kabupaten Malang terhadap Jawa Timur mencerminkan tingginya tingkat kinerja UMKM. Didukung dengan tingginya tingkat PDRB Kabupaten Malang, peneliti mengharapkan permasalahan pada penelitian memperoleh hasil maksimal dan mampu mempresentasikan permasalahan serupa.

Pengaruh Dana BPUM, Human Capital, dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Malang)

Dengan adanya urgensi penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui terkait pengaruh variabel independen yaitu dana BPUM, human capital, dan digital marketing terhadap variabel dependen yaitu kinerja UMKM di Kabupaten Malang.

RBV teori menurut Prime dan Butler (2001) merupakan teori yang memfokuskan pada sumber daya dan diversifikasi produk yang dimiliki untuk meningkatkan kinerja usaha. Pendapat di atas serupa dengan pernyataan Barney (1991) bahwa RBV digambarkan sebagai cara organisasi memunculkan sumber daya organisasi yang berharga, langka, sulit ditiru dan tidak tergantikan untuk menciptakan keunggulan kompetitif sehingga kinerja usaha dapat meningkat. Relevansi antara teori RBV dengan kinerja UMKM yaitu ketika pelaku usaha mikro dapat mengoptimalkan kekayaan yang dimiliki dan dalam cakupan ini meliputi BPUM sebagai sumber modal tambahan, human capital sebagai penggerak usaha, serta digital marketing sebagai sarana perluasan jangkauan konsumen, maka kuantitas atau kualitas produk yang dihasilkan dapat lebih meningkat dibanding kompetitor. Terciptanya keunggulan bersaing baik itu dalam segi kualitas ataupun kuantitas produk dapat menstimulus usaha untuk dapat berkembang hingga dapat meningkatkan kinerja UMKM.

Pengaruh BPUM terhadap Kinerja UMKM

BPUM merupakan dana bantuan bersifat hibah yang tidak termasuk pinjaman yang berguna sebagai booster modal dan tidak ditujukan untuk kegiatan selain operasional usaha (Hidayah dkk., 2022). Diberikannya BPUM yang dapat dijadikan sumber daya modal bagi pelaku usaha perlu dioptimalkan penggunaannya untuk meningkatkan kinerja usaha yang dijalankan. Relevansi antara teori RBV dengan pemberian BPUM berdasarkan pendapat (Prime dan Butler, 2001) dijelaskan bahwa teori RBV fokus pada sumber daya (BPUM) untuk dapat melakukan diversifikasi produk sehingga mampu meningkatkan kinerja usaha yang dijalankan. Pernyataan diatas dikuatkan beberapa penelitian terdahulu yaitu penelitian (Malini dan Herawati, 2021) serta (Hafzoach, 2022). Pada penelitian Malini dan Herawati (2021) menyatakan bahwa efektivitas penggunaan dana BPUM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha mikro dan penelitian (Hafzoach, 2022) menyatakan bahwa efektivitas penggunaan BPUM berpengaruh terhadap Kinerja keuangan UMKM. Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa BPUM dapat mempengaruhi kinerja UMKM, sehingga peneliti merumuskan hipotesis seperti dibawah ini.

H1: BPUM berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Pengaruh Human capital terhadap Kinerja UMKM

Human capital menurut (Akuba & Hasmirati, 2022) merupakan gabungan pengetahuan, inovasi, keterampilan, dan kemampuan seseorang dalam dalam bertugas untuk menghasilkan output yang berperan dalam mencapai tujuan organisasi. Dari penjabaran tersebut ditarik kesimpulan bahwasanya human capital termasuk faktor

Pengaruh Dana BPUM, Human Capital, dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Malang)

utama untuk menentukan keberhasilan perusahaan mencapai target atau tujuan yang telah ditentukan. Keterkaitan antara teori RBV dengan human capital berdasarkan pendapat (Kholik & Laeli, 2020), yaitu dengan mengoptimalkan sumber daya yang dalam konteks ini adalah human capital melalui peningkatan kinerja pegawai atau pelaku usaha, maka dapat menumbuhkan potensi lain yang dapat berdampak terhadap meningkatnya kinerja UMKM.

Pendapat di atas didukung oleh penelitian terdahulu (Malini dan Herawati, 2021) serta (Puteri, 2019). Penelitian (Malini dan Herawati, 2021) menjelaskan bahwa human capital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha mikro serta penelitian (Puteri, 2019) menjelaskan bahwa human capital secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Dari analisa di atas bisa ditarik kesimpulan jika human capital berpengaruh terhadap kinerja UMKM, sehingga peneliti merumuskan hipotesis seperti berikut.

H2: Human capital berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM

Pengaruh Digital marketing terhadap Kinerja UMKM

Menurut (Santoso, 2020), digital marketing merupakan cara penjualan yang memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan jangkauan luasnya pemasaran produk meskipun di tengah pandemi. Menurut (Fadly dan Utama, 2020) di era revolusi industri 4.0 digital marketing merupakan strategi pemasaran yang sangat tepat untuk memasarkan produk. Korelasi antara teori RBV dengan digital marketing menurut (Barney, 1991) adalah ketika pelaku usaha mikro mampu memanfaatkan dan mengembangkan sumberdaya yang dimiliki (digital marketing) menjadi sumber daya yang unik, berciri khas, dan tidak mudah tergantikan maka dapat memunculkan keunggulan bersaing yang berdampak terhadap meningkatnya kinerja usaha.

Pendapat di atas sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu (Puteri, 2019) dan (Fatimah dkk., 2021). Penelitian (Puteri, 2019) menyatakan bahwa digital marketing secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM serta penelitian (Fatimah dkk., 2021) memaparkan bahwa strategi pemasaran digital berpengaruh terhadap pengembangan UMKM. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa digital marketing berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Melalui pertimbangan pendapat-pendapat di atas, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

H3: Digital marketing berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM

2. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini digunakan metode kuantitatif statistik deskriptif dengan teknik analisis regresi berganda. Menurut (Santoso & Madiistriyatno, 2021), kuantitatif metode adalah analisis yang menggunakan angka untuk diolah dengan analisis statistik. Sugiyono (2013) turut menjelaskan jika statistik deskriptif digunakan guna analisa data sampel menggunakan teknik regresi berganda yang kemudian hasil pembahasan disajikan menggunakan statistik. Alasan penggunaan metode kuantitatif dikarenakan data perolehan yang berupa angka akan diolah menggunakan IMB

Pengaruh Dana BPUM, Human Capital, dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Malang)

Statistical Package for Social Science (SPSS) 22.0 dan nantinya akan ditarik kesimpulan untuk dapat menjawab permasalahan penelitian. Data pada penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada pelaku UMKM secara langsung melalui g-form. Variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu variabel dependennya kinerja UMKM dan variabel independen yang terdiri dari dana BPUM, human capital, dan digital marketing.

Populasi menurut Sugiyono (2013) diartikan sebagai suatu tempat berkumpulnya objek/subyek yang memiliki kesamaan karakteristik tertentu yang akan dipelajari dan dibuat kesimpulan oleh peneliti. Pada penelitian ini digunakan populasi pelaku usaha mikro yang menerima BPUM tahun 2021 sebanyak 84.800 orang. Menurut (Darwin dkk., 2021) yang mendefinisikan sampel sebagai beberapa elemen dari populasi yang dapat mewakili keseluruhan karakteristik populasi. Sampel pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik random sampling dan perhitungan sampel minimal menggunakan rumus slovin sebagai berikut.

$$S = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan:

S = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi (84.800)

d = Taraf Signifikansi (10%)

Berdasarkan rumus diatas, didapatkan sampel minimal sebanyak:

$$S = \frac{84800}{84800 \cdot (0,1)^2 + 1} = \frac{84800}{849} = 99,88$$

Dari penyebaran kuesioner penelitian diperoleh sebanyak 106 responden yang dikumpulkan secara acak. Data yang diperoleh diketahui terdapat 3 data outlier sehingga dalam analisis digunakan sebesar 103 data responden.

Pengujian Instrumen

Uji instrumen merupakan teknik yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti. Menurut (Darma, 2021) instrumen penelitian perlu dinyatakan lulus dari pengujian validitas dan reliabilitas sebelum digunakan sebagai instrumen penelitian. Uji instrumen penelitian dibagi sebagai berikut.

Uji Validitas

Uji validitas menurut (Darma, 2021) merupakan proses uji yang dimaksudkan untuk mengukur seberapa konkret alat ukur dapat mengukur instrumen yang perlu diukur. Menurut (Syafina dan Harahap, 2019), kriteria uji validitas meliputi yaitu dinyatakan valid ketika nilai signifikan < 0,05.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut (Darma, 2021) digunakan untuk mengidentifikasi apakah data instrumen yang dihasilkan dapat diandalkan atau tidak melalui pengukuran pertanyaan terkait variabel yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian reliabilitas ini kriteria pengujian menurut (Syafina dan Harahap, 2019) yaitu ketika nilai Cronbach's alpha > tingkat signifikan maka instrumen dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan analisis untuk menilai apakah dalam model regresi linier Ordinary Least Square (OLS) terdapat permasalahan klasik atau tidak (Syafina dan Harahap, 2019). Uji asumsi klasik yang dilakukan oleh peneliti terdiri dari.

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah pengujian yang wajib dilakukan sebelum melakukan uji regresi linier berganda. Data yang telah lulus uji normalitas maka data tersebut layak untuk dilakukan uji regresi linier berganda (Syafina dan Harahap, 2019). Pada uji ini digunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan dasar ketika nilai sig. atau probabilitas > 0,05 maka dinyatakan terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut (Syafina dan Harahap, 2019) merupakan cara untuk menguji apakah model regresi yang digunakan berkorelasi dengan antar variabel independen. Pengujian ini dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas ketika nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Syafina dan Harahap (2019) uji heteroskedastisitas berfungsi menguji terjadinya ketidaksamaan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Pada penelitian ini menggunakan metode uji Rho Spearman dengan kriteria nilai signifikan > 0,05 untuk terhindar dari uji heteroskedastisitas (Syafina dan Harahap, 2019).

Uji Hipotesis

Menurut (Syafina dan Harahap, 2019) uji hipotesis berfungsi menentukan hipotesis awal diterima atau ditolak. Untuk menentukan hipotesis, peneliti melakukan uji hipotesis yang terdiri dari.

Analisis Regresi Berganda

Penggunaan analisis regresi berganda dalam penelitian ini dikarenakan variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen lebih dari satu (Basuki dan Prawoto, 2017). Cara menganalisis regresi berganda menggunakan rumus

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Uji F

Menurut (Syafina dan Harahap, 2019) Uji F berguna menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria Uji F adalah jika nilai sig. $F > \alpha = 0,05$ diartikan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji t

Menurut (Syafina dan Harahap, 2019) Uji t berfungsi memperhitungkan besar signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria uji t adalah jika nilai sig. $t < \alpha = 0,05$ maka variabel independen signifikan terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Koefisien Determinasi (Adjusted R²) berfungsi mengukur tingkat kemampuan kejelasan variasi variabel terikat (Syafina & Harahap, 2019). Skor koefisien determinasi adjusted R² bernilai 0-1 yang berarti semakin kecil skornya maka kemampuan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin terbatas.

3. HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Kualitas Data

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen kuesioner yang digunakan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya atau tidak. Uji kualitas data terdiri dari dua uji yaitu uji validitas dan uji reliabilitas seperti yang tersaji dibawah ini.

Uji Validitas

Pada hasil uji validitas penelitian ini menunjukkan bahwa tiap instrument masing-masing variabel yang memiliki 20 item instrument variabel yang menghasilkan nilai signifikan $< 0,05$. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa masing-masing indikator instrumen variabel dapat dinyatakan valid sehingga instrumen tersebut dapat digunakan dalam proses pengambilan data melalui penyebaran kuesioner.

Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini dihasilkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel. Pernyataan tersebut didukung oleh data nilai cronbach's alpha dana BPUM (X1) sebesar 0,650, human capital (X2) sebesar 0,673, digital marketing (X3) senilai 0,626, dan kinerja UMKM (Y) senilai 0,696 yang lebih besar dari batas reliabilitas yaitu 0,60. Hal ini menjadi dasar bahwa variabel penelitian dikatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan analisis yang berfungsi untuk menilai apakah dalam model regresi linier Ordinary Least Square (OLS) terdapat permasalahan-permasalahan klasik atau tidak (Syafina dan Harahap, 2019). Uji asumsi klasik yang perlu dilakukan oleh peneliti terdiri dari:

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil analisis Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data nilai normalitas bernilai 0,061 dimana nilai ini lebih besar dari batas minimum normalitas 0,05. Dari data diatas dapat dinyatakan bahwa data penelitian terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan analisis diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance > 0,1 dan nilai variance inflation factor (VIF) < 10. Hal ini didukung dari variabel dana BPUM (X1) memiliki nilai tolerance (0,863) dan nilai VIF (1,159), variabel human capital (X2) menghasilkan nilai tolerance (0,959) dan VIF (1,043), dan variabel digital marketing memiliki nilai tolerance (0,863) dan VIF (1,159).

Uji Heteroskedastisitas

Pada hasil uji heteroskedastisitas yang menggunakan uji Rho Spearman diketahui bahwa nilai signifikan variabel dana BPUM (X1) sebesar (0,797), variabel human capital (X2) sebesar (0,796), dan variabel digital marketing senilai (0,551). Dari data tersebut diketahui bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,05 (nilai signifikansi) sehingga data penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji F

Dari perhitungan diperoleh nilai signifikansi F (0,000) < α (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa secara variabel dana BPUM, human capital, dan digital marketing berpengaruh terhadap variabel kinerja UMKM

Hasil Uji t

Dari hasil perhitungan diperoleh bahwa Variabel dana BPUM memiliki nilai Sig.t (0,000) < (0,05) dan variabel digital marketing memiliki nilai Sig.t (0,000) < (0,05) sehingga dapat dikatakan bahwa variabel dana BPUM (X1) dan human capital (X2) berpengaruh terhadap variabel kinerja UMKM. Selain itu, variabel human capital (X2) memiliki nilai Sig.t (0,062) > (0,05), sehingga dapat dikatakan bahwa variabel human capital tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja UMKM.

Uji adjust R2

Pada penelitian uji adjust R2 diperoleh bahwa variabel kinerja UMKM dapat dijelaskan sebesar 72,2% oleh variabel dana BPUM, human capital, dan digital marketing. Sedangkan sebesar 27,8% dijelaskan oleh variabel bebas lainnya yang tidak tergabung dalam penelitian ini.

4. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis diatas, maka hasil pembahasan data penelitian dapat diuraikan sebagai berikut.

Pengaruh Dana BPUM terhadap Kinerja UMKM

Pada penelitian ini dana BPUM berguna untuk mengetahui tingkat kinerja UMKM jika dilihat dari bagaimana pemanfaatan BPUM guna keberlangsungan usaha dan tercapainya tujuan pemberian dan BPUM. Dari perhitungan diatas diperoleh nilai Sig.t $(0,000) < (0,05)$ sehingga hipotesis awal diterima karena dana BPUM berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Pernyataan diatas didukung oleh penelitian (Malini & Herawati, 2021), dan (Hafzoach, 2022) yang menyatakan bahwa penggunaan dana BPUM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha mikro. Penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu dan teori RBV dimana ketika sumber daya yang dimiliki di optimalkan, maka dapat meningkatkan kinerja usaha melalui keunggulan kompetitif yang dimiliki.

Pengaruh Human Capital terhadap Kinerja UMKM

Human capital dalam penelitian ini diukur dari segi pengetahuan, keterampilan, kemampuan, pengalaman, dan peluang dalam menjalankan usaha dalam upaya meningkatkan kinerja UMKM. Dari perhitungan diperoleh data nilai Sig.t $(0,062) > (0,05)$ sehingga hipotesis awal di tolak karena perhitungan ini menunjukkan bahwa human capital berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja UMKM. Pernyataan diatas didukung oleh penelitian (Wusko & Alfianto, 2022) yang menyatakan bahwa hasil tidak signifikan ditemukan antara human capital terhadap kinerja UMKM.

Pengaruh Digital Marketing terhadap Kinerja UMKM

Variabel digital marketing dalam penelitian ini diukur melalui kemudahan transaksi, jangkauan konsumen, dan hasil penjualan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kinerja UMKM di Kabupaten Malang. Mengacu pada hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Malang. Hal ini tercermin pada nilai Sig.t $(0,000) < (0,05)$ sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis awal bahwa digital marketing berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM diterima. Penelitian ini turut selaras dengan penelitian dari (Puteri, 2019) dan (Fatimah et al. 2021).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Variabel BPUM berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.
- b. Variabel human capital berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja UMKM.
- c. Variabel digital marketing berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

6. REFERENSI

Ahmad, T. (2022). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia di Masa Pandemi Cenderung Negatif. *Muttaqien*, 3(1), 67–77.

Pengaruh Dana BPUM, Human Capital, dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Malang)

- Akuba, A., dan Hasmirati. (2022). Peranan Modal Usaha Dan Modal Manusia Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM di Kabupaten Boalemo. *Kurs : Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 7(1), 59–67.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Basuki, A. T., dan Prawoto, N. (2017). Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis. In PT Rajagrafindo Persada. Depok: Rajawali Pers.
- Darma, B. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²). DKI Jakarta: Guepedia.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., ... dan Gebang, A. A. (2021). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif (T. S. Tambunan, Ed.). Kota Bandung - Jawa Barat: Media Sains Indonesia.
- Fadly, H. D., dan Utama. (2020). Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global*, 5(2).
- Fatimah, S., Yahya, M., dan Hisan, K. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM di Kecamatan Kota Kualasimpang Kabupaten Aceh Tamiang. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2), 151–172.
- Hafzoach, S. (2022). Pengaruh Efektivitas Penggunaan Bantuan Produktif Usaha Mikro, Modal Usaha, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Keuangan UMKM BUMDES Desa Karang Kec. Badegan. *Akuntansi Thesis*, 1-93
- Hidayah, N., Imsar, dan Atika. (2022). Analisis Perkembangan Usaha Penerima Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal). (*EKSYA*) *Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Madina*, 3(2).
- Hitipeuw, W., Sambiran, S., dan Pangemanan. (2022). Efektivitas Bantuan Bagi Pelaku Usaha Mikro (BPUM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Malalayang Kota Manado. *Jurnal Governance*, 2(2), 1–11.
- Kementerian Keuangan. Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008. , Publikasi. L. No. Nomor 20 Tahun 2008 (2008).
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. (2021). Laporan Kinerja Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Tahun 2021.
- Kholik, A., dan Laeli, S. (2020). Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Sekolah Alam Berbasis Model Resource-Based View. *Tadbir Muwahhid*, 4(1), 73–79.
- Malini, K. T. W., dan Herawati, N. T. (2021). Pengaruh Efektivitas Penggunaan Dana BPUM , Penggunaan Software Akuntansi , dan Human Capital Terhadap Kinerja Usaha Mikro (Studi Pada Usaha Mikro Penerima Dana BPUM di Kecamatan Buleleng). *Akuntansi Profesi*, 12(1), 97–109.
- Mutiara, P. (2020). Pemerintah Atasi Dampak Ekonomi Covid-19 Dimulai dari Akar Rumput.

Pengaruh Dana BPUM, Human Capital, dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Malang)

- Nainggolan, V. E. U. (2020). Strategi Kebijakan Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13287/Strategi-Kebijakan-Pemulihan-Ekonomi-Nasional.html>. [Diakses pada 15 Oktober 2022]
- Nainggolan, V. E. U. (2020). UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>. [Diakses pada 9 September 2022]
- Prime, R. L., dan Butler, J. E. (2001). Is The Resource-Based “View” A Useful Perspective For Strategic Management Research? *Academy of Management Review*, 26(1), 22–40.
- Puteri., R, N, S. (2019). Pengaruh Human Capital, Structural Capital, Relasional Capital Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Binaan Program Satria Emas Kabupaten Pasuruan) (Universitas Yudharta). Universitas Yudharta.
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif (A. Rachmatullah (ed.)). Indigo Media.
- Santoso, R. (2020). Review of Digital Marketing & Business Sustainability of E-Commerce During Pandemic Covid-19 in Indonesia. *JIET (Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan)*, 5(2), 95–106.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (19th ed.). Bandung: CV Alfabet
- Syafina, L. S. S., dan Harahap, N. M. (2019). Metode Penelitian Akuntansi Pendekatan Kuantitatif (1st ed.). Sumatera Utara: FEBI UIN-SU Press.
- Wijayaningsih, N. F., Purnomo, E. P., Fathani, A. T., dan Salsabila, L. (2021). Analisis Program Bantuan Presiden Produktif Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pada Masa Pandemi Covid-19 Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Jurnal Wacana Kinerja: Kajian Praktis-Akademis Kinerja Dan Administrasi Pelayanan Publik*, 24(2), 98.
- Wusko, A. U., dan Alfianto, E. A. (2022). Pengaruh Social Capital dan Human Capital Terhadap Kinerja UMKM yang Tergabung pada Sukorejo Smart. *Sketsa Bisnis*, 9(1), 91–101.