

**PENGARUH *E-COMMERCE*, INOVASI PRODUK, DAN MODAL USAHA  
TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI KABUPATEN  
PASURUAN**

**(Studi Pada UMKM Di Kabupaten Pasuruan)**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



**SANTI NURMALASARI**

**NIM : 2019.691.000.22**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *E-Commerce*, Inovasi Produk, Dan Modal Usaha  
Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kabupaten  
Pasuruan

Disusun Oleh : Santi Nurmalasari

Nim : 2019.69.1000.22

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Jurusan : Administrasi Bisnis

Disetujui Untuk Diseminarkan

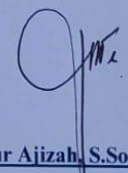
Pasuruan, 7 Agustus 2023

Kaprodi,

Pembimbing,



**Nur Ajizah S.Sos., M.AB**  
NIP. 0691502001



**Nur Ajizah S.Sos., M.AB**  
NIP. 0691502001

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,  
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA

PASURUAN, PADA:

HARI : Sabtu

TANGGAL : 19 Agustus 2023

JAM : 11.00 WIB

JUDUL : Pengaruh *E-Commerce*, Inovasi Produk, Dan Modal Usaha Terhadap  
Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kabupaten Pasuruan

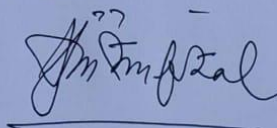
**DINYATAKAN LULUS**

MAJELIS PENGUJI



MIFTAHUL HUDA, S.Sos., M.AB

06915008056



Drs. EKO AGUS ALFIANTO, M.AB

0690403012

MENGESAHKAN,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik



Dr. Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB  
NIP. Y 0691103037

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini Kutujukan Kepada:*  
*Kedua orang tua tercinta,*  
*Kakek Nenek,*  
*kakak*  
*Keluarga Besar,*  
*Almamaterku, Universitas Yudharta Pasuruan,*  
*Sahabat, Teman.*

**MOTTO**

***MUSUH TERBESARMU ADALAH  
KERAGUANMU SENDIRI***

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Santi Nurmalasari

NIM : 2019.69.1000.22

Fakultas : ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benarbenar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalih tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikarenakan hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 19 Agustus 2023  
Yang membuat pernyataan,



SANTI NURMALASARI  
NIM. 2019.69.10.0022

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-Commerce*, Inovasi Produk, Dan Modal Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kabupaten Pasuruan”. Proposal skripsi ini disusun sebagai syarat dalam menyelesaikan studi jenjang strata 1 (S1) Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Yudharta Pasuruan. Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pemikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Kholid Murtadlo, S.E selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
2. Ibu Dr. Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik.
3. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis dan selaku Dosen Pembimbing.
4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang selama ini telah membimbing dan menularkan kajian keilmuannya kepada penulis selama proses

perkuliahaan maupun diluar perkuliahan. Kedua Orang Tua yang telah memberikan semangat serta doanya.

5. Teman-teman yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyusunan proposal penelitian ini.
6. Semua pihak yang terlibat dan yang tidak disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah berjasa dan membantu baik moril maupun semangat dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Saya menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini masih jauh dari kata sempurna baik dari segi penulisan maupun tata bahasanya. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya kemampuan pengetahuan dan wawasan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu saya mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penyusunan skripsi di masa yang akan datang. Akhir kata saya berharap laporan ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Pasuruan, 23 Juni 2023  
Penulis,

Santi Nurmalasari  
2019.69.1000.22

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>RINGKASAN</b> .....	xii
<b>SUMMARY</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b> .....	11
2.1 Kajian Teori .....	11
2.1.1 Elektronik <i>Commerce</i> ( <i>E-Commerce</i> ) Pendapatan .....	13
2.1.2 Elektronik <i>Commerce</i> ( <i>E-Commerce</i> ) .....	14
2.1.3 Inovasi Produk .....	16
2.1.4 Modal Usaha .....	18
2.2 Peneliti Terdahulu .....	20
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	34
2.3.1 Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan .....	36
2.3.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Pendapatan .....	37
2.3.4 Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan .....	38
2.4 Hipotesis Penelitian .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	46
3.1 Jenis Penelitian .....	46
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	46
3.3 Variable Penelitian .....	47
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....	51
3.4.1 Populasi .....	51
3.4.2 Sampel .....	51
3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	51
3.5 Teknik Pengambilan Data .....	53
3.5.1 Sumber Data .....	53

3.5.2 Metode Pengambilan Data .....	53
3.6 Teknik Analisis .....	54
3.6.1 Uji Instrumen .....	55
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	56
3.6 Teknik Analisis Data.....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	64
4.2 Gambaran Umum Responden .....	65
4.3 Hasil Anaisis Deskriptif.....	66
4.4 Hasil Anaisis Deskriptif .....	67
4.5 Hasil Uji Instrument.....	77
4.6 Uji Asumsi Klasik .....	78
4.7 Uji Regresi Linier Berganda .....	81
4.8 Pengujian Hipotesis .....	82
4.9 Pembahasan.....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
5.1 Kesimpulan .....	93
5.2 Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis UMKM .....	64
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis UMKM .....	64
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	64
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Usaha Berdiri .....	66
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	67
Tabel 4.5 Skala Distribusi Kriteria.....	68
Tabel 4.6 Hasil distribusi frekuensi variabel E-Commerce (X1) .....	69
Tabel 4.7 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Inovasi Produk (X2) .....	70
Tabel 4.8 Hasil distribusi frekuensi variabel modal usaha (X3) .....	71
Tabel 4.9 Hasil distribusi frekuensi variabel Pendapatan (Y).....	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	75
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	76
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	80
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	82
Tabel 4.17 Hasil Uji F .....	82
Tabel 4.18 Hasil Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

## RINGKASAN

Santi Nurmalasari. Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Yudharta Pasuruan. Juli 2023. Pengaruh *E-Commerce*, Inovasi Produk, Dan Modal Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kabupaten Pasuruan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *E-Commerce* (X1), Inovasi Produk (X2) dan Modal Usaha (X3) terhadap Peningkatan Pendapatan (Y). Penelitian ini menggunakan pendekatan explanatory research dengan metode kuantitatif. Pengumpulan data penelitian ini adalah melalui sebar kuesioner atau angket kepada 100 responden. Teknik analisis data menggunakan software SPSS versi 25, yang mana data tersebut akan diolah, diuraikan, dan dibahas untuk menjawab dan membuktikan hipotesis yang diajukan.

Adapun hasil penelitian sebagai berikut: (1). *E-Commerce* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan (Y). (2). Inovasi Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan (Y). (3). Modal Usaha (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan (Y). (4). *E-Commerce* (X1), Inovasi Produk (X2) dan Modal Usaha (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan (Y).

***Kata Kunci : E-Commerce, Inovasi Produk, Modal Usaha, Peningkatan Pendapatan.***

## SUMMARY

*Santi Nurmalasari. Business Administration Study Program, Yudharta Pasuruan University. July 2023. The influence of e-commerce, product innovation, and business capital on increasing MSME income in Pasuruan Regency.*

*The purpose of this study was to find out how much influence E-Commerce (X1), Product Innovation (X2) and Business Capital (X3) have on Increasing Income (Y). This study uses an explanatory research approach with quantitative methods. The data collection for this research was by distributing questionnaires to 100 respondents. The data analysis technique uses SPSS software version 25, in which the data will be processed, described and discussed to answer and prove the proposed hypotheses.*

*The research results are as follows: (1). E-Commerce (X1) has a positive and significant effect on increasing income (Y). (2). Product Innovation (X2) has a positive and significant effect on Increasing Income (Y). (3). Business capital (X3) has a positive and significant effect on increasing income (Y). (4). E-Commerce (X1), Product Innovation (X2) and Business Capital (X3) simultaneously (together) have a positive and significant effect on Increasing Income (Y).*

**Keywords:** *E-Commerce, Product Innovation, Business Capital, Increased Inc*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era Globalisasi saat ini, setiap perusahaan akan menghadapi kompleksitas, perubahan dan persaingan yang semakin ketat. Kompetisi yang terjadi antar perusahaan akhir-akhir ini tidak hanya ketat tetapi juga terjadi antar Perusahaan dari berbagai negara. Sebagai akibat dari adanya pemaksaan ekonomi pasar bebas yang dilakukan oleh beberapa organisasi dunia. Berkaitan dengan hal tersebut pemerintah menerbitkan INPRES No.3/2010 tentang program pembangunan yang berkeadilan yang berisi tentang program secara spesifik berisikan tiga hal salah satunya adalah program pembangunan yang pro rakyat, yaitu program penanggulangan kemiskinan berbasis keluarga, pemberdayaan masyarakat dan pemberdayaan Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian dari usaha nasional yang berperan penting dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. UMKM juga dapat dianggap sebagai lokomotif pertumbuhan ekonomi nasional dan regional (daerah), karena berpotensi dalam memberdayakan semua sumber daya yang ada dan mendorong tumbuhnya pengembangan kewirausahaan. Tambunan (2009) mengungkapkan bahwa Peranan UMKM di Indonesia yaitu sebagai peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan, peningkatan ekspor nonmigas dan berkontribusi terhadap peningkatan PDB.

Suryana (2001) mengungkapkan bahwa UMKM memiliki beberapa kekuatan jika dibandingkan dengan perusahaan besar. Kekuatan itu antara lain: memiliki kebebasan untuk bertindak. UMKM bisa bertindak dengan cepat untuk menyesuaikan dengan keadaan yang berubah. Yang kedua yaitu Fleksibel, UMKM sangat luwes, terutama dalam hal penyesuaian dengan kebutuhan yang bisa dilakukan dengan sangat mudah. UMKM juga tidak mudah goncang karena bahan baku kebanyakan lokal dan sumber daya lainnya bersifat lokal. Maka secara otomatis UMKM tidak rentan terhadap fluktuasi bahan baku impor.

Namun demikian, UMKM merupakan salah satu penunjang pertumbuhan suatu daerah. Dengan semakin pesatnya persaingan dunia bisnis saat ini, maka UMKM dituntut meningkatkan daya saing lokal dengan berbenah, mempersiapkan diri, dan berusaha memenangi persaingan ini. Menurut kementerian PPN/Bappenas laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia belakangan ini meningkat sebanyak 0,05 %. Salah satu penopang pertumbuhan ekonomi itu terlihat dari geliat kegiatan usaha kecil yang signifikan, baik di sektor tradisional maupun modern melalui UMKM. Usaha mandiri yang dijalankan oleh masyarakat menengah ke bawah ini memiliki peran strategis dalam menggerakkan roda perekonomian bangsa.

Bahkan pada saat krisis global melanda dunia, kontribusi UMKM dalam roda perekonomian Indonesia masih berdiri tegak. Itulah sebabnya peran UMKM begitu besar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, khususnya kontribusi terhadap produk domestik bruto. UMKM nyatanya memang mengalami peningkatan dalam kurun waktu lima tahun terakhir, terlebih dukungan

pemerintah lewat kementerian koperasi dan UKM yang memberikan peluang bagi pebisnis kecil berkembang.

Salah satu Kota/Kabupaten di Jawa Timur yang memiliki inovasi dalam pengembangan UMKM-nya adalah Kabupaten Pasuruan. Menjadi bagian dari Provinsi Jawa Timur, Kabupaten Pasuruan dikenal sebagai salah satu kawasan perindustrian, daerah pertanian dan perikanan, serta tempat tujuan wisata yang memiliki aneka jenis potensi bisnis yang cukup menjanjikan bagi para penduduknya. Selain itu Kabupaten Pasuruan memiliki banyak sumber daya alam yang berpotensi. Sebagai kawasan yang memiliki potensi bisnis Kabupaten Pasuruan dapat dijadikan sebagai peluang aktivitas ekonomi bagi masyarakat Kabupaten Pasuruan dengan menjadi pelaku UMKM.

Pasuruan dikenal sebagai kota UMKM Indonesia karena memiliki begitu banyak jumlah UMKM yang tersebar diseluruh Kecamatan yang ada di Kabupaten Pasuruan Jawa Timur. Keberadaan UMKM di Pasuruan telah terbukti dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan domestik regional bruto (PDRB) dan penyerapan tenaga kerja.

UMKM menjadi salah satu andalan pendapatan pemerintah daerah (Pemda) Pasuruan di Jawa Timur. Akan tetapi masyarakat masih mengeluhkan permasalahan yang menghambat UMKM yaitu berupa kemampuan masyarakat yang belum mengerti bagaimana melegalitaskan usaha mereka, pemasaran yang kurang maksimal dikarenakan kurangnya pengetahuan dalam penggunaan internet, bagaimana cara mengetahui peluang pangsa pasar, serta kurangnya modal yang dimiliki.

UMKM Kabupaten Pasuruan masih memiliki banyak kendala, permasalahan tersebut dikhawatirkan menjadi suatu ancaman bagi pemerintah Kabupaten Pasuruan. Hal ini dikarenakan aktivitas UMKM juga menjadi salah satu faktor pendukung pengentasan kemiskinan dengan berkurangnya angka pengangguran. Selain itu, dengan adanya aktivitas UMKM sumber daya alam yang ada dapat dikembangkan maupun diolah dengan baik.

Era globalisasi ekonomi yang disertai dengan perkembangan pesat teknologi, telah memberi kesan kepada persaingan yang sangat hebat di kalangan pengusaha-pengusaha dan seterusnya mengakibatkan perubahan ekonomi dunia yang sangat pesat. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat (Abdullah, T. & Tantri, 2017). Selain itu, dalam penjualan produk juga harus menerima kenyataan akan perkembangan teknologi yang cenderung akan berdampak pada margin keuntungan. Hal inilah yang menjadi kendala bagi UMKM di Indonesia saat ini. Kekurangan pengetahuan teknologi membuat UMKM di Indonesia ketinggalan dalam strategi pemasaran.

Dalam perkembangan tersebut, UMKM sebagai salah satu penopang perekonomian di Indonesia harus dapat menjawab tantangan tersebut dan harus mampu menjangkau perubahan disekitar. Komunikasi pemasaran haruslah dilakukan dengan sebaik dan se-efektif mungkin kepada calon konsumen. Kegiatan periklanan berarti kegiatan menyebarluaskan berita (informasi) kepada pasar (masyarakat/ konsumen). Masyarakat perlu tahu siapa yang bertindak

melalui media iklan tersebut (Mursid, 2017). Media Internet yang sekarang ini sedang ramai di perbincangkan menjadi daya tarik tersendiri dalam upaya menarik minat konsumen. Ditambah lagi dengan kebiasaan hidup di zaman sekarang ini yang menuntut serba praktis dan cepat membuat internet yang lebih dikenal dalam pemasaran sebagai sistem online makin digemari dan menjadi kebutuhan konsumen maupun produsen serta pembayaran yang instan yang disebut dengan E-commerce.

E-commerce adalah perusahaan atau usaha menawarkan untuk transaksi atau memfasilitasi penjualan produk dan jasa secara e-commerce selanjutnya menimbulkan e-purchasing dan e-marketing. E-purchasing berarti perusahaan memutuskan membeli barang, jasa, dan informasi dari berbagai pemasok online. E-purchasing yang cerdas sudah menghemat jutaan dolar uang perusahaan. E-marketing menggambarkan usaha perusahaan untuk memberitahu pembeli, mengomunikasikan, mempromosikan, dan menjual produk dan jasa lewat internet (Kotler, 2017).

E-commerce belakangan ini digemari oleh kalangan produsen baik besar maupun kecil serta penjual eceran umumnya. Hal ini karena promosi melalui media online lebih mudah menjangkau konsumen dalam hal memperkenalkan atau menjual produknya. E-commerce mempermudah antara konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi. Untuk menjawab tantangan tersebut tentunya UMKM perlu mengembangkan gaya baru dalam dunia bisnis untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar mampu bersaing dengan kompetitornya.

Pemanfaatan teknologi informasi khususnya sistem E-Commerce dianggap sebagai salah satu solusi yang dapat digunakan untuk membantu peningkatan dan perkembangan UMKM. Faktor penting dalam penggunaan E-Commerce adalah untuk meningkatkan kemampuan mendapatkan feedback dari pelanggan secara cepat, disamping itu juga bisa menghemat biaya untuk pemasaran. Tanpa pemanfaatan sistem E-Commerce diyakini bahwa UMKM akan melemah dalam pemasarannya. (Nurlinda & Fathimah, 2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa semakin tinggi adopsi teknologi informasi sistem E-Commerce dalam UMKM, maka semakin tinggi pula kinerja dari UMKM tersebut. Penelitian lain yang dilakukan (Sevtian, 2011) menunjukkan besarnya pengaruh secara simultan antara ECommerce terhadap volume penjualan sebesar 90,9% dan sisanya dipengaruhi faktor yang lain. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Maryama, 2013) mengemukakan manfaat terbesar dari pemanfaatan E-Commerce adalah meningkatkan omzet penjualan sebesar 31%. (Karagozoglu & Lindell, 2004) mengemukakan bahwa E-Commerce memiliki dampak positif pada pengembangan basis pelanggan (fungsi pemasaran) dan tidak berdampak signifikan pada manajemen pembelian.

Pendapatan pada UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknologi saja, faktor inovasi juga berperan penting dalam proses peningkatan pendapatan pada UMKM. Inovasi juga mempengaruhi pilihan strategi pemasaran sebuah usaha UMKM sehingga sebuah usaha bisa menjadi lebih baik dari segi kualitas, kuantitas, dan nama usaha yang akan membawa usaha UMKM kepada keunggulan bersaing berkelanjutan pada akhirnya. Jika pelaku UMKM berinovasi

dengan produk-produk barunya maka akan lebih menarik dan diminati oleh para pelanggan. Untuk itu, kebiasaan dalam memperbaharui inovasi harus ditumbuhkan di setiap usaha agar dapat menarik minat pelanggan dan dapat meningkatkan pendapatan. Inovasi merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha guna memperbaiki, mengembangkan serta meningkatkan produk yang selama ini diproduksinya. Dengan demikian inovasi merupakan sebuah fungsi penting dari manajemen karena inovasi akan menentukan suatu kinerja bisnis yang superior. Menurut Wahyono (2002) menyatakan bahwa inovasi akan semakin bertambah penting sebagai satu alat untuk kelangsungan hidup, bukan hanya pertumbuhan tetapi juga dalam persaingan yang semakin hebat dan ketidakpastian lingkungan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Farida (2016) juga menyatakan bahwa inovasi suatu produk berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Devi (2019) menyatakan bahwa Inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan usaha Home Industri. Namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pramana (2019) menyatakan bahwa inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap perolehan pendapatan pedagang batik di Yogyakarta.

Pada saat sekarang ini, ada beberapa permasalahan utama yang dialami oleh para UMKM yaitu, modal kerja yang terbatas dan manajemen organisasi yang belum matang, membuat usaha yang sedang berkembang ini terakadang mengalami beberapa kendala seperti pengelolaan modal usaha, produksi barang yang tidak terorganisir, kurangnya tenaga ahli dan profesionalisme karyawan serta

masalah pemasaran produk. Hal tersebut berimbas pada pendapatan usaha yang dijalankan. Beberapa masalah yang dialami oleh pelaku UMKM yaitu kurangnya modal awal usaha, pelaku UMKM yang mengalami kekurangan modal akan memungkinkan terjadinya perputaran modal yang melambat sehingga memungkinkan pendapatan UMKM berkurang. Serta para pelaku UMKM yang tidak mempunyai modal akan memungkinkan mereka akan meminjam kepada bank atau lembaga keuangan, dan juga sering terdapat kendala pada saat meminjam modal kepada lembaga keuangan, seperti dipersulit pada tahap administratif dan teknis yang diminta oleh bank atau lembaga keuangan tidak dapat dipenuhi oleh pelaku UMKM.

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemkop UKM) tahun 2022 jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dari jumlah Usaha Besar sebesar 5.637, Usaha Menengah sebesar 65.465, Usaha Kecil sebesar 789.679 dan Usaha Mikro sebesar 64.058.201. Kondisi dimana mayoritas UMKM masih dalam kategori Usaha Mikro dengan presentase sebesar 99,97 % atau 64 juta lebih pelaku usaha (Yosephus Mainake, 2022). Sehingga tentunya diperlukan tambahan modal usaha dalam upaya menaikkan kelas UMKM dari yang tadinya usaha Mikro Kecil dan Menengah menjadi usaha yang berskala nasional bahkan hingga global.

Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya atau modal adalah harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu untuk menambah kekayaan (Pradono Tri Pamungkas, 2017). Pada Usaha Mikro

Kecil dan Menengah (UMKM) modal yang besar akan berpengaruh terhadap perkembangan usaha (Ainul Hayat Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, 2018). Modal usaha diperlukan ketika pengusaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada, tanpa modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha. Modal dapat berasal dari modal pribadi atau modal pinjaman dari pihak lain seperti lembaga keuangan. Namun pada umumnya para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah lebih menggunakan modal pribadi yang tidak terlalu besar jumlahnya.

Pelaku UMKM masih dihadapkan pada masalah umum, yakni bisnis terhambat akibat perputaran modal yang lambat terutama pada masa setelah pandemic covid-19. Dalam berbisnis, modal memiliki pengaruh besar karena tanpa modal maka sebuah bisnis akan cacat, sehingga jika dalam berbisnis pelaku usaha tidak memiliki modal, tentu akan mempersulit jalannya sebuah usaha. Pentingnya pengetahuan tentang permodalan dalam sebuah bisnis, menjadi pertimbangan penting agar modal usaha dapat berputar dengan baik (Suyatno dan Elmira Febri Darmayanti Cika Irlia Azzahra, 2021). Berdasarkan usaian diatas, modal usaha dapat mempengaruhi perkembangan usaha, sebab semakin banyak modal yang dimiliki pelaku usaha maka dapat memberikan kesempatan untuk pengusaha memperbesar volume usahayannya dan menjadi berkembang.

Pemberdayaan UMKM di Tengah arus globalisasi dan tinggi persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, adalah agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri dan manufaktur Indonesia, mengingat

UMKM adalah sektor ekonomi yang menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011: 57). Persoalan pertama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan infrastruktur pendukung, keterbatasan finansial, keterbatasan teknologi, serta rendahnya komitmen pemerintah dalam menanggapi UMKM. Pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini tentu perlu dilakukan dalam rangka menambah nilai jual suatu produk UMKM, dan yang paling utama sayangnya perkembangan dengan persoalan diatas potensi UMKM masih dihadapkan pada berbagai persoalan, sehingga menyebabkan lemahnya daya saing UMKM menjadi terhambat meskipun UMKM dikatakan mampu bertahan dari adanya krisis global, namun pada kenyataanya permasalahan-permasalahan yang dihadapi sangat banyak dan berat.

Berdasarkan pada permasalahan-permasalahan tersebut diatas dan fenomena bisnis yang ada pada UMKM di Kabupaten Pasuruan, maka dapat dirumuskan masalah utama dalam penelitian ini adalah “Pengaruh E-Commerce, Inovasi Produk, Dan Modal Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan” dimaksudkan agar peneliti dapat menemukan tantangan pengembangan usaha kecil menengah (UMKM) dalam hal peningkatan pendapatan, melalui indikator dan variabel yang telah ditentukan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan pokok permasalahan yang akan menjadi pembahasan pada penelitian ini, yaitu:

1. Apakah e-commerce berpengaruh secara parsial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh secara parsial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan?
3. Apakah modal usaha berpengaruh secara parsial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan?
4. Apakah e-commerce, inovasi produk dan modal usaha berpengaruh secara simultan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh e-commerce secara parsial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk secara parsial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan.
3. Untuk mengetahui pengaruh modal usaha secara parsial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan.
4. Untuk mengetahui pengaruh e-commerce, inovasi produk dan modal usaha secara simultan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan bagi akademisi, memberikan sumbangsih pengetahuan dan penilaian terhadap pengaruh e-commerce, inovasi produk, dan modal usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan, dan juga mendapat menambah literatur di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Yudharta Pasuruan, khususnya pada program pendidikan Ilmu Administrasi Bisnis.
2. Secara Praktis, bagi penulis merupakan sebagian sarana untuk mempraktekan teori-teori yang didapatkan juga sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di program pendidikan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Yudharta Pasuruan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya mengenai Pengaruh E-commerce (X1) dan Inovasi Produk (X2) Modal Usaha (X3) terhadap Peningkatan Pendapatan (Y), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. E-commerce berpengaruh secara positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan.
2. Inovasi Produk berpengaruh secara positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan.
3. Modal usaha berpengaruh secara positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan.
4. E-commerce, Inovasi Produk dan Modal usaha berpengaruh secara positif signifikan simultan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Pasuruan.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Untuk melakukan peningkatan pendapatan sebaiknya para pelaku UMKM lebih meningkatkan kembali dalam penggunaan *E-commerce* dan juga membuat ide-ide baru dalam produknya sehingga dapat menarik perhatian

para konsumen. Selain itu *E-commerce* dapat menjadi peluang besar untuk pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnisnya serta memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga berpeluang menembus ekspor. Peningkatan pesat bisnis ecommerce menunjukkan banyak sekali kelebihan yang ditawarkan.

2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari factor lain yang dapat menciptakan terjadinya peningkatan pendapatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. & Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- Agus Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS 21. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Pogram iIBM SPSS 21*. <https://doi.org/10.1126/science.1158668>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 :Update PLS Regresi. In *Semarang* (8th ed.). Universitas Diponegoro. <https://doi.org/10.2307/1579941>
- Izati, I. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal. *Politeknik Harapan Bersama Tegal*.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia. ANAK HEBAT INDONESIA.
- Kotler, P. & K. (2017). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kuswiratmo, B. A. (2016). Memulai Usaha Itu Gampang! In *Visimedia* (p. 163). Lena Elitan dan Lina Anatan, *Manajemen Inovasi*, (Bandung; alfabeta, 2009), 4. Mursid. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Nopiyanti, S. (2022). Pengaruh Modal dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Sembako di Pasar Parungkuda Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 5(2), 235-242.
- Polandos, P., Engka, D., & Tolosang, K. (2019). Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(4), 36-47.
- Rerung, R. R (2018). *E-commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi - Google Books*. Yohyakarta : Deepublish, 2018, Rintho Rante Rerung 2018, Deepublish Punlisher.
- Riyanto, setyo et al. (2017). The Impact of Working Motivation and Working Environment on Employees Performance in Indonesia Stock Exchange. *International Review of Management and Marketing*.
- Rosyidi, S. (2003). *Pengantar Teori EKonomi*. Grafindo Persada.

- Stanton, W. J. . Y. L. (1993). *Prinsip pemasaran*. Airlangga.
- Suaryadi Purwanto dkk. (2007). *Kewirausahaan Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*. Salemba empat.
- Sugiyono. (2014). Metode penelitian. *Metode Penelitian*.
- Sugiyono. (2014). Populasi dan sampel. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R &D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet. In Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. UII Press Yogyakarta.
- Segati Ahda, "Pengaruh Perspsi Halal, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan," *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, Vol.3, no.2 (2018).
- Swastha B., *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Liberty, 1998.
- Tabanan, D. I. K., & Artini, N. I. R. A. I. (2019). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM*. 13, 71-77
- Tambunan, T. T. . (2009). *Umkm Di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.
- Undang-Undang Nomor Tahun 2008 Tentang Umkm, Bab Iv Pasal 6*. (N.D.).
- Yafiz, M., Arif, M., & Naser Daulay, A. (2016). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Medan: Febi Press UINSU
- Yusuf, M. (2022). *Pengaruh Electronic Commerce (E-Commerce) Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Di Kecamatan Bekasi Utara*. 05(01), 1-30.
- Ahwan, Z., & Marzuki, M. E. (2021). Model Konstruksi Komunikasi antar Faith Based Organization dalam Meminimalisir Interfaithconflict pada Pelestarian Adat dan Tradisi Budaya Suku Tengger Tosari Pasuruan. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 136-149.
- Aminullah, A., & Nuzil, N. R. (2022). Implementasi Good Corporate Governance pada Badan Usaha Milik Desa. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)*, 9(2).
- Murtadlo, K. (2021). Peran Human Capital, Struktur Capital, Relaional Capital dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 8(1), 47-62.
- Silfiah, R. I., & Humiati, H. (2023). The Relevance of Gender Mainstreaming in Indonesia to Women's Rights in Islamic Law. *Lampung Journal of International Law*, 5(1), 15-26.
- Village, L. Principal-Agent in Implementing Village funds in Linggo Village, Kejayan

District, Pasuruan Regency.

- Ghufron, M., Fazizah, A., & Alfianto, E. A. (2024). PENDAMPINGAN RANCANGAN STRATEGI BRAND IMAGE DAN PROMOSI MEDIA DIGITAL (STUDY KASUS PADA CV. KINARYA SUMBER MANDIRI). *PROFICIO*, 5(1), 881-886.
- Huda, M. (2022). Pengaruh Content Marketing Of Tiktok Dan E-Wom Terhadap Brand Awareness Dan Minat Beli Produk Umkm Sektor Kuliner Di Kabupaten Pasuruan. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 6(2), 261-275.
- Silfiah, R. I., Mohtarom, A., Ulum, K. M., Publik, P. A., & Ilmu, S. (2021). Digitalisasi bank sampah dengan penerapan sistem aplikasi resik di desa karangsono kecamatan sukorejo kabupaten pasuruan. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks (SOLIDITAS)*, IV (2), 143-154.
- Nizar, M., & Rakhmawati, A. (2021). Tantangan dan Strategi Pemasaran Produk Halal di Indonesia. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 123-140.
- Astutik, W., & Sulhan, M. (2022). Pelatihan kerja, soft skill dan hard skill mendorong peningkatan kinerja karyawan. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 7 (2), 9–21.
- Silfiah, R. I., & Nabila, A. (2021). Kualitas Pelayanan Publik di Kantor Kelurahan Ledug Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks Soliditas*, 4(1), 43-52.
- Rakhmawati, A., Rahardjo, K., Prakasa, Y., & Nizar, M. (2023). Dampak Kondisi Sosial Ekonomi, Respon Kebijakan Pemerintah Dan Pengaruhnya Terhadap Keberlanjutan Ukm Dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 7(2), 93-110.
- Anandita, A. W., & Sulhan, M. (2024). PENDAMPINGAN DIGITALISASI MARKETING PADA CV. NUGRAHA CIPTA RAHARJA. *PROFICIO*, 5(1), 875-880.
- Prianto, A. (2023). PENGEMBANGAN BUM Desa SEBAGAI INDUSTRI PROMOSI EKSPORT DENGAN PENDEKATAN NEW INSTITUSIONAL DI DESA WINONG PASURUAN PROVINSI JAWA TIMUR. *Journal Publicuho*, 6(3), 940-958.
- Rakhmawati, A., & Nizar, M. (2023). Analysis of Small Business Performance in Terms of Islamic Financial Literacy and Inclusion. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 14(2), 269-285.
- Afif, N. A., & Ahwan, Z. (2024). Analisis Kontroversi Childfree di Media Sosial dalam Relasinya dengan Feminisme dan Budaya Ketimuran. *Jurnal Nomosleca*, 10(1).
- Aminullah, A., Gani, A. J. A., Suryadi, S., & Hariyono, B. S. (2022). Public Policy Implementation Effectiveness (Case Study Of Village Fund Implementation In Linggo Pasuruan). *Wacana Journal of Social and Humanity Studies*, 25(2).
- Arifin, A., Nuraeni, N., & Ahruddin, A. (2021). Pengaruh Kompetensi Dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Perkebunan Kabupaten Way Kanan. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 6(1), 113-120.
- Azizah, W., & Nuzil, N. R. (2023). Pengaruh Selebgram Endorse Dika Bj, Paid Promote, Dan Online Costumer Review Terhadap Minat Beli Produk Tas Lucu Pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 4394-4408.
- Dewi, C. S. (2023). Pengaruh E-Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Eticha di Akun shopee Eticha\_Mojokerto) (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).
- Erlangga, A. G., & Wusko, A. U. (2024). Pengaruh Budaya Kerja dan Stres Kerja terhadap Produktivitas dan Loyalitas Karyawan (Study pada Karyawan PT. Murni Mapan Makmur Purwosari). *Paradigma: Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, dan Sosial Budaya*, 30(2), 519-527.
- Fauzia, W. N., & Huda, M. (2022). Analisis Pengaruh Product Placement Pada Produk Kopi Luwak Dalam Sinetron “Ikatan Cinta” Terhadap Brand Awareness Melalui Brand Recall. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 5(1), 124-137.
- Hasanah, U. (2023). Pengaruh Brand Equity Dan User Generated Content Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Repurchase Intention Pada Konsumen UMKM Produk Unggulan Kabupaten Pasuruan (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).

- Hesty Octafiani, & Zainul Ahwan. (2022). Assistance in Strengthening Tourism Communication Skills in The Coban Goa Jalmo Tourism Awareness Group, Cendono Village, Pasuruan Regency. *Soeropati: Journal of Community Service*, 4(2), 92-105.
- Huda, M., Fu'ad, M., Azzahra, N. E. F., & Prihastuti, N. (2021). MSMEs Competitiveness Strategies During Covid 19 Pandemic Using Technopreneurship Approach. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 5(2), 320-330.
- Huda, M., Maulana, I., & Hidayati, L. (2024). Pemanfaatan literasi digital melalui pengelolaan website dan media sosial desa menuju desa go digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(1), 92-102.
- Huda, M., Mufida, S. L., & Afifah, N. (2023). Ketika Influencers Endorse Pada Media Sosial Instagram mendukung Brand: Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen dan Minat Beli. *SKETSA BISNIS*, 10(1), 101-120.
- Khumaidi, K., & Sunarno, H. (2021). Measurement of The Quality Employment Services. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(1), 217-226.
- Laila, S. (2024). Dampak Intellectual Capital Terhadap Sustainability Report Dan Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis)*, 10(1), 25-32.
- Murtadlo, K. (2022). Analysis of The Effect of Experience and Trust on The Tourism Economy After The Phenomenon of KKN DESA PENARI. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(4), 592-606.
- Murtadlo, K. (2023). Perilaku petani padi terhadap risiko usahatani pada suku yang berbeda di Jawa Timur. *AGROMIX*, 14(2), 159-166.
- Nata, B. R., Zuhri, A. M., & Silfiah, R. I. (2024). Pembentukan Dimensi Bergotong Royong dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam dan Budi Pekerti di Sekolah Penggerak SMA Darut Taqwa Purwosari Pasuruan. *Jurnal Mu'allim*, 6(2), 236-250.
- Nubaila, R. S., & Huda, M. (2024). Upaya Peningkatan Perempuan dalam Berwirausaha pada Sektor UMKM Melalui Social Entrepreneurship (Studi pada Perempuan di Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan). *Journal of Management and Business (JOMB)*, 6(1), 305-314.
- Prianto, A., & Sulhan, M. (2021). PENGEMBANGAN KUBE SEBAGAI PENGEMBANGAN EKONOMI MASYARAKAT MISKIN PENERIMA PKH BERBASIS QUADRUPLE HELIX (STUDI PENGUATAN EKONOMI MASYARAKAT MISKIN PADA PROGRAM KUBE-PKH DI ERA NEW NORMAL DI KABUPATEN PASURUAN). *JURNAL HERITAGE*, 9(2), 194-212.
- Prihastuti, N. A. (2023). Efektivitas Social Media Marketing Berbasis Digital Content Sebagai Upaya UMKM Go Digital dalam Momentum Pemulihan Ekonomi di Kecamatan Gempol. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 6(1), 1-9.
- Rakhmawati, A., & Nizar, M. (2022, December). Strategi Menuju Universitas Berorientasi Kreatif. In *The 4th International Conference on University Community Engagement (ICON-UCE 2022) (Vol. 4, pp. 724-729)*.
- Ramadhani, A. A., & Nuzil, N. R. (2023). Pengaruh Customer Experience, Service Quality, dan Price Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Sepeda Motor Matic Yamaha N-Max di Pasuruan). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 4418-4428.
- Riani, S. (2023). KUALITAS PELAYANAN ADMINISTRASI MELALUI PROGRAM KIOS E-PAKLADI DI DESA PAREREJO KECAMATAN PURWODADI KABUPATEN PASURUAN JAWA TIMUR. *Journal Publicuho*, 6(3), 822-830.
- Rini, R. S. (2023). Efektivitas Pelaksanaan Program Advokasi Kebijakan Stunting (Studi Di Dinas P3ap2kb Kabupaten Pasuruan) (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).
- Rizal, S., & Silfiah, R. I. (2023). TATA KELOLA BADAN USAHA MILIK DESA DALAM PERSPEKTIF KELEMBAGAAN (STUDI DI DESA BAKALAN KECAMATAN PURWOSARI). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(4), 1-6.
- Rohmah, S. A., & Ahwan, Z. (2024). Tourism Construction Model: Pengembangan Rintisan Desa Wisata Khas Suku Tengger di Kawasan Hinterland Bromo Pasuruan. *Jurnal*

- Komunikasi Nusantara, 6(1), 125-135.
- Rosidah, I., Afif, N. A., Nadzir, M., Masyhuri, M., Laila, P. N., & Ahwan, Z. (2021). Woman Sensual Dance di Social Media Tiktok dalam Relasinya dengan Stigmatisasi Perempuan dan Imitative Culture:(Tinjauan Analisis Wacana Sara Mills). *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 49-64.
- Rossa, & Zulkarnain. (2023). Perkembangan Delik Penodaan Agama Di Indonesia: Perspektif Historis Konstitusional,*Jurnal Hukum*. 5(2), 2620-5556.
- Sholeh, B., & Wusko, A. U. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Cita Rasa dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen MIXUE ICE CREAM & TEA (Survei Pada Konsumen Mixue Ice Cream & Tea di Pandaan). *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 9(2), 190-200.
- Silfiah, R. I. (2023). ANALISIS KINERJA BIROKRASI PEMERINTAHAN DESA PADA PERANGKAT DESA PAREREJO KECAMATAN PURWODADI KABUPATEN PASURUAN JAWA TIMUR. *Journal Publicuho*, 6(3), 831-838.
- Silfiah, R. I., & Jannah, R. (2023). Pengembangan Wisata Halal Pemandian Alam Banyubiru di Kabupaten Pasuruan dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara ASIAN (Asosiasi Ilmuwan Administrasi Negara)*, 11(2), 15-30.
- Silfiah, R. I., & Mufida, N. (2024). Strategy To Improve Family Card Administration Service In Purwosari Village, Purwosari District, Pasuruan Regency. *Jurnal DIALEKTIKA: Jurnal Ilmu Sosial*, 22(1), 29-42.
- Silfiah, R. I., & Nisak, R. N. (2024). Evaluation of Employee Performance in the Secretariat Field of the Department of Community and Village Empowerment of Pasuruan Regency. *Jurnal DIALEKTIKA: Jurnal Ilmu Sosial*, 22(2), 446-453.
- Silfiah, R. I., & Rossa, S. S. (2023). Pengelolaan Retribusi Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kota Pandaan. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)*, 10(2), 236-253.
- Silfiah, R. I., Suwardi, S., Huda, K., & Indratirini, I. (2024). Customary Law and Islamic Law Existence in the Reform of National Criminal Law. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 4(5), 1201-1212.
- SILFIAH, Rossa Ilma. Perbandingan Tindak Pidana Makar dalam KUHP Indonesia, Malaysia, Austria dan Konsep Hukum Islam. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, [S.l.], v. 6, n. 1, p. 229-238, mar. 2021. ISSN 2527-8495. Available at: <<https://journal2.um.ac.id/index.php/jppk/article/view/19055>>. Date accessed: 04 oct. 2024. doi:<http://dx.doi.org/10.17977/um019v6i1p229-238>.
- Sulhan, M., Indriyani, F., & Nuraeni, N. (2023). Pengaruh Transformational Leadership, Empowering Leadership Dan Digital Leadership Terhadap Kinerja Karyawan. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(02), 231-241.
- Sulhan, M., Mauludin, A., & Astutuik, W. (2022). Peran Work Productivity Pada Pengaruh Knowledge Sharing dan Perilaku Inovatif Terhadap Employee Performance. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)*, 9(2), 204-213.
- Sulhan, S. S. (2024). Pengaruh Brand Personality dan Produk Quality Terhadap Brand Love dan Brand Brand Loyalty pada Depo Bangunan Sidoarjo. *Journal of Economic, Management and Entrepreneurship*, 2(1), 21-31.
- Sulistiyawan, A., Khusnah, W. D., & Murtadlo, K. (2022). Results and Comparison of Volatility Between Prices Between IHSG And ISSI: A Case Study of The Turmoil Period 2020-2021. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 14(1), 51-68.
- Suwandono, M. A., Huda, M., & Ajizah, N. (2022). TRANSFORMASI UMKM PRODUK UNGGULAN DI KABUPATEN PASURUAN PADA MASA PANDEMI COVID 19 MENGGUNAKAN TECHNOSOCIOPRENEUR. *Maker: Jurnal Manajemen*, 8(2), 192-199.
- Suwardi, S., & Silfiah, R. I. (2022). Legal Protection For Buyers Condotel Affected Pandemics Covid-19. *Pattimura Law Journal*, 6(2), 69-94.
- TIMUR-INDONESIA, P. J. KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DALAM MEKANISME PELAYANAN KARTU KELUARGA DI KECAMATAN PURWOSARI KABUPATEN PASURUAN.
- Rosidah, I., Afif, N. A., Nadzir, M., Masyhuri, M., Laila, P. N., & Ahwan, Z. (2021). Woman

- Sensual Dance di Social Media Tiktok dalam Relasinya dengan Stigmatisasi Perempuan dan Imitative Culture:(Tinjauan Analisis Wacana Sara Mills). *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 49-64.
- Wusko, A. U. (2023). Optimalisasi Online Marketing melalui Marketplace Shopee Produk UMKM Kopi Kutjur Sumberrejo Purwosari Pasuruan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(8), 1501-1507.
- Wusko, A. U. (2023). Pengaruh Green Product dan Green Advertising Terhadap Green Trust dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Sosro di Halalan Mart Sukorejo). *ATRBIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 9(2), 201-211.
- Wusko, A. U., & Auliyah, K. (2024). PENGARUH DESTINATION IMAGE DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP SATISFACTION DAN REVISIT INTENTION PADA TAMAN SAFARI INDONESIA II JATIM (SURVEI PADA PENGUNJUNG TAMAN SAFARI INDONESIA II JATIM). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 208-220.
- Wusko, A. U., & Khoviyah, S. N. (2024). PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE DAN REVISIT INTENTION (Survey Pengunjung Wisata Hawaii Waterpark Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 199-207.
- Yusuf, W. F., Sulhan, M., Aziziyah, N., Syarifah, N., Ulinuha, M. J., Abas, A., ... & Eryan, M. R. (2024). Pendampingan Inovasi dan Pemasaran Melalui Digital Marketing UMKM Tape Ketan Hitam di Desa Nguling Pasuruan. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 5(1), 386-403.
- Zulaikhah, S., Wusko, A. U., & Kusumawati, A. (2023). The Influence of Destination Image and Islamic Value On Perceived Value and Satisfactin (Survey On Moslem Tourist of Halal Tourism In Banyuwangi). *JPAS (Journal of Public Administration Studies)*, 8(1), 50-55.
- Ahwan, Z., Anwar, K., & Riswandari, N. (2023). Self Concept-Indigenous Local Leadership Dukun Pandita Sebagai Pemangku Adat Suku Tengger Di Desa Tosari Kabupaten Pasuruan. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(2), 205-222.
- Ainiyah, R., Nugroho, E. D., Fathurrohman, A., Ahwan, Z., Dayat, M., Wibisono, M., ... & Anam, K. (2023). Formulasi Insektisida Nabati Kombinasi Daun Brugmansia suaveolens Bercht. & J. Presl dan Daun Swietenia macrophylla King untuk Mengendalikan Hama Hypothenemus hampei Ferr. *Agrikultura*, 34(2), 218-227.
- Avivah, N., Yuwita, N., & Ahwan, Z. (2023). Bad Influence Sosmed Pada Kawasan Wisata Tretes Terhadap Pola Pikir Psikologi, Life Style Generasi Muda Pasuruan (Tinjauan Teori Determinisme Teknologi). *JURNAL HERITAGE*, 11(2), 109-120.
- Avivah, N., Yuwita, N., & Ahwan, Z. (2023). Bad Influence Sosmed Pada Kawasan Wisata Tretes Terhadap Pola Pikir Psikologi, Life Style Generasi Muda Pasuruan (Tinjauan Teori Determinisme Teknologi). *JURNAL HERITAGE*, 11(2), 109-120.
- Fazizah, A., Rakhmawati, A., Alfianto, E. A., & Husnah, D. N. (2024). Customer Satisfaction and Repurchase Intention in Terms of E-Commerce Logistics Service Quality and Recovery Service. *SKETSA BISNIS*, 11(1), 1-23.
- Fikri, M. R., & Aminullah, A. (2024). Efektivitas Implementasi Program Yess dalam E-rspektif Principal Agent di Kabupaten Pasuruan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(1), 8-19.
- Indrawati, I., Muyasaroh, S., & Ahwan, Z. (2022). Analisis Makna Simbolik Larung Tumpeng Pada Upacara Distrikan di Danau Ranu Desa Ranuklindungan Pasuruan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(2), 307-315.
- Kusumawati, A., Wusko, A. U., Suharyono, S., & Pangestuti, E. (2021). Relational benefits on customer satisfaction: Sharia empirical study in Indonesia. *Utopía y praxis latinoamericana: revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social*, (1), 312-320.
- Lestari, N. W., & Huda, M. (2024). Pengaruh Omnichannel Marketing dan Product Assortment terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen UMKM FNB di Pandaan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1580-1593.

- Nizar, M., & Rakhmawati, A. (2022, December). Strategy for Strengthening the Economy of Local Communities Through Business Guidance and Assistance in SME Community of Indonesian Student Entrepreneurs Association. In *The 4th International Conference on University Community Engagement (ICON-UCE 2022)* (Vol. 4, pp. 436-443).
- Nuraeni, N., & Santia, D. A. (2024). Market Sensing Capabilities, Inovasi Produk sebagai Peningkatan Competitive Advantage pada UMKM Produk Pangan Olahan Terkemas Kecamatan Tukur. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 12(1), 339-348.
- Nuraeni, N., Nuzula, N. F., & Damayanti, C. R. Unveiling the Nexus: Exploring The Dynamics Of Corporate Governance, Capital Structure, Investment Opportunities, And Bank Performance In Indonesian Stock Exchange's Publicly Listed Commercial Banks (2018-2022)—A Moderated Analysis Incorporating Credit Risk.
- Nuraeni, N., Saifi, M., Nuzula, N. F., & Damayanti, C. R. (2024). The Impact of Corporate Governance on Capital Structure, Investment Opportunity Set, and Bank Performance: The Role of Credit Risk as a Moderating Variable. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 4(03), 1172-1196.
- Rosadi, M. I., Huda, M., Hakim, L., & Sugiharto, B. H. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Siswa Ma Miftahul Ulum Puntir. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary*, 9(2).
- Setyasih, D. M. (2021). Implementasi Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Retribusi Pelayanan Di UPTD Kesehatan Puskesmas Dan UPTD Kesehatan Laboratorium Kesehatan Daerah di UPTD Kesehatan Puskesmas Puspo (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).
- Fitriya, I. R., & Wusko, A. U. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Basmalah di Gondang Wetan). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 223-230.
- Hambali, H. (2024). PENDEKATAN RASIONALITAS DAN ETIKA DALAM KEBIJAKAN WAJIB BELAJAR PENDIDIKAN MADRASAH DINIYAH KABUPATEN PASURUAN. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4(5), 100-110.
- Hawa, N. I., Soesilo, T. E., & Nuraeni, N. (2023). Knowledge Is (Still) Key: Awareness to Shape Trends in Telemedicine Use during the Pandemic Based on Management Perceptions and Implementation Systems. *International Journal of Telemedicine and Applications*, 2023(1), 4669985.
- Mundzir, A., Zukhriyah, A., & Sulhan, M. (2024). The Implementation of Halal Network Indonesia (HNI) Business Among Muslim and Non-Muslim Communities. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 15(2), 147-157.
- Murtadlo, K., & Nuraeni, N. (2022). Good Corporate Governance and Risk Management on Financial Cooperative Performance. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 5(3), 284-292.
- Murtadlo, K., & Sulhan, M. (2023). Ekonomi Digital dan Inklusi Keuangan Terhadap Pemulihan Ekonomi Nasional. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 8(1), 90-104.
- Murtadlo, K., & Utomo, D. (2024). Sustainability Analysis of MSMES in Sampang Regency Based on Multidimensional Scaling. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 4(03), 1211-1226.
- Nizar, M., Iltiham, M. F., & Rakhmawati, A. (2023). Meningkatkan Kemampuan Digital Masyarakat Lokal Melalui Pendampingan Dan Pengembangan Transformasi Bisnis Digital. *Abdimas Unwahas*, 8(2).
- Nugroho, E. D., Sururi, A. M., Ardiansyah, R., Rahayu, D. A., Ainiyah, R., Fathurrohman, A., ... & Kasiman, K. (2024). Bioinformatics Approach: Evaluating the Antiviral Potential of Flavonoid Compounds from *Phyllanthus urinaria* against Foot-and-Mouth Disease in Livestock Animals. *ALCHEMY: Journal of Chemistry*, 12(1), 42-48.
- Rosadi, M. I., Muyasaroh, S., Ahwan, Z., Riswandari, N., Aminuddin, A., & Amelia, R. (2023). Digital Content Optimization for Personal Branding and Increasing Digital Literacy for Students of MA Miftahul Ulum Puntir Purwosari Pasuruan. *Soeropati*:

- Journal of Community Service, 5(2), 111-121.
- Sari, A. K., & Sulhan, M. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, branding pada produk UMKM olahan pisang dan olahan susu. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(4), 875-883.
- Sari, M. R. Y. (2021). Model Pengukuran Kinerja Aparatur Sipil Negara Di Kecamatan Tutur (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).
- Siswanto, A., & Ahwan, Z. (2024). Politik Hiburan Dalam Pemilu: Perolehan Suara Komeng Pada Pemilu 2024. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam*, 9(1), 57-83.
- Asy'ari, S., Setyawan, L. V., Wahid, A., Huda, M., & Misbah, A. (2021, February). Prototype Plate Bending Tool 1 mm Size in the Process of Making a Fence with an Anthropometric Approach in the Pasuruan Regency Welding Workshop. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1783, No. 1, p. 012093). IOP Publishing.
- Atfianto, D., & Nuraeni, N. (2024). PEMANFAATAN INSTAGRAM DAN WEBSITE DALAM PEMASARAN DIGITAL UMKM JAMU KELURAHAN LATEK BANGIL PASURUAN. *PROFICIO*, 5(1), 600-605.
- Bahrudin, S., Munir, M., Rohmah, S. A., Saidah, I. N., Nurrochmani, A., & Ahwan, Z. (2021). Model Komunikasi Strategis Religious Leader dalam Pengurangan Stigma dan Diskriminasi Covid-19:(Tinjauan Teori Opinion Leader Paul Lazarfield). *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 101-114.
- Fadilah, N. L., & Huda, M. (2024). Pengaruh Storytelling Marketing dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Tourist Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Tanaria Park. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 1136-1147.
- Nizar, M., Iltiham, M. F., & Rakhmawati, A. (2023). Meningkatkan Kemampuan Digital Masyarakat Lokal Melalui Pendampingan Dan Pengembangan Transformasi Bisnis Digital. *Abdimas Unwahas*, 8(2).
- Nuzil, N. R., & Sholihun, M. (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berdasarkan SAK EMKM pada CV. Lancar Jaya Unggas. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 106-120.
- Nuzil, N. R., & Sholihun, M. (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berdasarkan SAK EMKM pada CV. Lancar Jaya Unggas. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 106-120.
- Wusko, A. U., & Alfiantoro, E. A. (2022). Pengaruh Social Capital dan Human Capital Terhadap Kinerja UMKM yang Tergabung pada Sukorejo Smart. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)*, 9(1), 91-101.
- Sulhan, M., Astutik, W., Wahyono, D., Arifin, M., & Mukhrojini, M. The Influence of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage and Company Performance.
- Mamilianti, W., Huda, M., Asmara, R., & Bakhtiar, A. (2024). The Agricultural Labor Market: Farmer Perception and the Influence on The Efficiency of Rice Farming. *Journal of Ecohumanism*, 3(8), 5895-5907.
- Rohman, A., & Rakhmawati, A. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening: Studi pada Pembeli Hafez Restorer di Media Sosial Tiktok. *Economic Reviews Journal*, 3(4), 1779-1788.
- Amri, M. A. U., Rakhmawati, A., & Wusko, A. U. (2024). PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIRESTORAN KFC.(STUDI PADA KONSUMEN KFC PANDAAN). *Jurnal Pemasaran Bisnis*, 6(4).
- Rakhmawati, A., Nizar, M., Sulhan, M., Febrianti, D., & Maulinda, S. (2024). Kasgot Fertilizer Production Training to Boost Agricultural Productivity and Economic Sustainability in Suwayuwo Village. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 5(2), 853-866.
- Rakhmawati, A., & Wusko, A. U. (2024). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK

DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA SPORT (STUDI KASUS DI KABUPATEN PASURUAN). *Stratēgo: Jurnal Manajemen Modern*, 6(4).

- Nizar, M., Jamhuri, M., & Rakhmawati, A. (2024). PENGUATAN KAPABILITAS DIGITAL UKM BATIK CANTING KHAS GEMPOL KABUPATEN PASURUAN MELALUI PEMBINAAN DAN PENDAMPINGAN TRANSFORMASI BISNIS DIGITAL. *Jurnal Abdi Insani*, 11(3), 755-763.
- Rakhmawati, A., & Nizar, M. (2024). Strategi Pemerintah Menuju Pariwisata Berkelanjutan di Kawasan Telaga Sarangan. *Jurnal Multidisiplin Ibrahimy*, 1(2), 217-225.
- Nizar, M., Iltiham, M. F., & Rakhmawati, A. (2023). Meningkatkan Kemampuan Digital Masyarakat Lokal Melalui Pendampingan Dan Pengembangan Transformasi Bisnis Digital. *Abdimas Unwahas*, 8(2).
- Rakhmawati, A., Rahardjo, K., Prakasa, Y., & Nizar, M. (2023). Dampak Kondisi Sosial Ekonomi, Respon Kebijakan Pemerintah Dan Pengaruhnya Terhadap Keberlanjutan Ukm Dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 7(2), 93-110.
- Rakhmawati, A., & Nizar, M. (2023). Analysis of Small Business Performance in Terms of Islamic Financial Literacy and Inclusion. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 14(2), 269-285.
- Rakhmawati, A., & Nizar, M. (2023). Laporan Pengabdian Transformasi Keuangan: Sosialisasi Dan Pelatihan Akuntansi Bagi Pesantren Untuk Meningkatkan Tata Kelola Pondok Pesantren.

