

**Pengaruh *Financial Technology* dan *Digital Marketing* terhadap
Pengembangan UMKM dengan Variabel Mediasi *Business
Creativity* (Studi Sektor Ekonomi Kreatif di DKI Jakarta)**

MAHDA RIDA AULIA

1707619035



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

*The Influence of Financial Technology and Digital Marketing on
MSME Development with the Mediating Variable Business
Creativity (Study of the Creative Economy Sector in DKI Jakarta)*

MAHDA RIDA AULIA

1707619035



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*This thesis was prepared as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Education Degree at the Faculty of Economics, Jakarta State University*

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *financial technology*, *digital marketing*, dan *business creativity* dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada sektor ekonomi kreatif di wilayah DKI Jakarta. Metode yang diterapkan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* untuk mendapatkan responden yang sesuai dengan kriteria dalam penelitian. Total responden dalam penelitian ini berjumlah 380 responden yang merupakan para pelaku UMKM di wilayah DKI Jakarta dan sudah memiliki usaha minimal satu tahun. Pengumpulan data menggunakan media kuesioner elektronik dengan enam alternatif jawaban pada skala *likert*. *Software Statistic Program of Social Science* (SPSS) versi 23 dan *Analysis of Moment Structure* (AMOS) versi 24 digunakan sebagai alat bantu statistik dalam mengolah data dalam penelitian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *financial technology* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM, *digital marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM, dan *business creativity* memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap pengembangan UMKM.

Kata Kunci: *Financial Technology*, *Digital Marketing*, *Business Creativity*, Pengembangan UMKM.


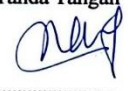




ABSTRACT

This research aims to determine the effect of financial technology, digital marketing, and business creativity in the development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the creative economy sector in the DKI Jakarta area. The method applied in this research is a quantitative method with sampling using techniques purposive sampling to get respondents who match the criteria in the research. The total number of respondents in this study was 380 respondents who were MSMEs in the DKI Jakarta area and had owned a business for at least one year. Data collection uses an electronic questionnaire with six alternative answers on the scale likert. Software Statistic Program of Social Science (SPSS) version 23 and Analysis of Moment Structure (AMOS) version 24 is used as a statistical tool in processing data in research. The results of this research show that financial technology has a positive and significant influence on the development of MSMEs, digital marketing has a positive and significant influence on the development of MSMEs, and business creativity has a positive but not significant influence on the development of MSMEs.

Keywords: *Financial Technology, Digital Marketing, Business Creativity, MSME Development.*

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
PenanggungJawab Dekan Fakultas Ekonomi  Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D^a NIP. 197002122008121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd NIP. 199302202019032022 (Ketua Sidang)		07 Januari 2024
2	Aditya Pratama, S.Pd., M.Pd NIP. 198903242019031009 (Penguji 1)		30 Januari 2024
3	Rizka Zakiah, M.Pd NIP. 199401182023212040 (Penguji 2)		31 Januari 2024
4	Dr. Suparno, S.Pd, M.Pd NIP. 197908282014041001 (Pembimbing 1)		30 Januari 2024
5	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd NIP. 198802142022032001 (Pembimbing 2)		31 Januari 2024
Nama : Mahda Rida Aulia No. Registrasi : 1707619035 Program Studi : S-1 Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 23 Januari 2024			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah karya asli dan belum pernah digunakan untuk mendapat gelar sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 6 Februari 2024



The image shows a handwritten signature in blue ink over a circular official stamp. The stamp contains the text 'METAMATIKA' and 'TEMA' and a unique identification number 'C1A0X607996438'.

Mahda Rida Aulia

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mahda Rida Aulia
NIM : 1707619066
Fakultas/Prodi : Ekonomi / Pendidikan Bisnis
Alamat email : mahdarida.aulia@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh *Financial Technology* dan *Digital Marketing* terhadap Pengembangan UMKM dengan Variabel Mediasi *Business Creativity* (Studi Sektor Ekonomi Kreatif di DKI Jakarta)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 9 Februari 2024

Penulis

Mahda Rida Aulia
No. Reg. 1707619035

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan seluruh rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Financial Technology* dan *Digital Marketing* terhadap Pengembangan UMKM dengan Variabel Mediasi *business creativity* (Studi Sektor Ekonomi Kreatif di DKI Jakarta)” dengan baik. Penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pendidikan pada program studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Pada proses menyusun sampai menyelesaikan penelitian skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak bantuan, dukungan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;
2. Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd. selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis;
3. Dr. Suparno, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyusunan penelitian skripsi;
4. Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyusunan penelitian skripsi;

5. Dr. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama perkuliahan;
6. Orang tua peneliti, Bapak Muntaha dan Ibu Yuhanis yang telah mendoakan dan mendukung peneliti baik secara moral maupun materil;
7. Aura Chitra Az-zahra, Nisalia Ningrum, dan Tengku Sri Ananda selaku teman terdekat peneliti yang selalu memberikan bantuan, semangat, dan hiburan dalam proses penyusunan skripsi;
8. Seluruh mahasiswa program studi S1 Pendidikan Bisnis dan Fakultas Ekonomi angkatan 2019 yang telah memberikan informasi dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi;
9. Seluruh pelaku UMKM di wilayah DKI Jakarta yang telah berkontribusi dalam proses pengumpulan data skripsi ini.

Peneliti sepenuhnya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak mengalami kekurangan. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan permohonan maaf atas kekurangan dan keterbatasan yang ada. Selain itu, peneliti juga menerima kritik dan saran untuk pengembangan dan perubahan yang lebih baik dalam penyusunan skripsi ini. Semoga dengan adanya penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada peneliti, mahasiswa, dan masyarakat umum.

Jakarta, 15 Januari 2024



Mahda Rida Aulia

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan penelitian	26
1.3 Tujuan penelitian	27
1.4 Manfaat penelitian	28
BAB II KAJIAN PUSTAKA	30
2.1 Teori pendukung.....	30
2.1.1 <i>Grand Theory</i>	30
2.1.2 <i>Financial Technology</i>	32
2.1.3 <i>Digital Marketing</i>	41

2.1.4 <i>Business Creativity</i>	50
2.1.5 Pengembangan UMKM	60
2.2 Kerangka Teori	68
2.2.1 Pengaruh <i>Financial Technology</i> terhadap <i>Digital Marketing</i>	68
2.2.2 Pengaruh <i>Financial Technology</i> terhadap <i>Business Creativity</i>	70
2.2.3 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap <i>Business Creativity</i>	71
2.2.4 Pengaruh <i>Financial Technology</i> terhadap Pengembangan UMKM	73
2.2.5 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Pengembangan UMKM	75
2.2.6 Pengaruh <i>Business Creativity</i> terhadap Pengembangan UMKM ..	78
2.2.7 Pengaruh <i>Financial Technology</i> terhadap Pengembangan UMKM dengan <i>Business Creativity</i> sebagai variabel mediasi	80
2.2.8 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap pengembangan UMKM dengan <i>Business Creativity</i> sebagai variabel mediasi.....	81
2.3 Pengembangan Hipotesis	83
BAB III METODE PENELITIAN	85
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	85
3.2.1 Waktu Penelitian	85
3.2.2 Tempat Penelitian.....	85
3.2 Desain Penelitian	85
3.3 Populasi dan Sampel	86
3.4 Pengembangan Instrumen	88
3.4.1 Definisi Konseptual	88
3.4.2 Definisi Operasional	89

3.4.3 Kisi – Kisi Instrumen.....	90
3.5 Teknik Pengumpulan Data	93
3.6 Teknik Analisis Data	94
3.6.1 Uji Validitas.....	94
3.6.2 Uji Reliabilitas	94
3.6.3 Uji Kelayakan Model.....	95
3.6.4 Uji Hipotesis	96
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	97
4.1 Deskripsi Data	97
4.1.1 Profil Responden	97
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	102
4.2 Hasil	111
4.2.1 Uji Validitas.....	111
4.2.2 Uji Reliabilitas	112
4.2.3 <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	114
4.2.4 Uji Kelayakan Model.....	116
4.2.5 Uji Hipotesis	118
4.3 Pembahasan	120
4.3.1 Pengaruh <i>Financial Technology</i> terhadap <i>Digital Marketing</i>	120
4.3.2 Pengaruh <i>Financial Technology</i> terhadap <i>Business Creativity</i>	122
4.3.3 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap <i>Business Creativity</i>	124
4.3.4 Pengaruh <i>Financial Technology</i> terhadap Pengembangan UMKM...125	
4.3.5 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Pengembangan UMKM	127

4.3.6 Pengaruh <i>Business Creativity</i> terhadap Pengembangan UMKM	128
4.3.7 Pengaruh <i>Financial Technology</i> terhadap Pengembangan UMKM dengan <i>Business Creativity</i> sebagai Variabel Mediasi	130
4.3.8 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Pengembangan UMKM dengan <i>Business Creativity</i> sebagai Variabel Mediasi	133
BAB V PENUTUP	136
5.1 Kesimpulan.....	136
5.2 Implikasi.....	139
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	139
5.2.2 Implikasi Praktis	140
5.3 Keterbatasan Penelitian	140
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	142
DAFTAR PUSTAKA	145
LAMPIRAN	169

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Persebaran UMKM di Dunia	2
Gambar 1. 2 Jumlah Persebaran UMKM di Negara ASEAN	4
Gambar 1. 3 Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia	5
Gambar 1. 4 Gambaran UMKM di Indonesia	7
Gambar 1. 5 Jumlah UMK dan UMB Menurut Wilayah dan Lapangan Usaha di Indonesia	8
Gambar 1. 6 Peningkatan Jumlah UMKM di Indonesia	10
Gambar 1. 7 Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia	11
Gambar 1. 8 Persentase Penduduk Miskin di Indonesia	12
Gambar 1. 9 Persentase Hambatan Pelaku UMKM di Indonesia	17
Gambar 2. 1 Hubungan Antar Variabel	83
Gambar 4. 1 Model Awal Penelitian	115
Gambar 4. 2 Model Akhir Penelitian	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Tenaga Kerja UMKM di Indonesia	6
Tabel 1. 2 Jumlah UMKM Peserta Jakpreneur Per Wilayah	9
Tabel 1. 3 Persebaran Usaha Ekonomi Kreatif Provinsi Tahun 2016	17
Tabel 1. 4 Persentase Provinsi yang Menyumbangkan PDB dan Ekspor Ekonomi Kreatif Terbesar Tahun 2016	18
Tabel 1. 5 Jumlah UMKM Peserta Jakpreneur Binaan Dinas Parekraf pada tahun 2018 – 2022 Provinsi DKI Jakarta	19
Tabel 3. 1 Dimensi dan Indikator <i>Financial Technology</i>	90
Tabel 3. 2 Dimensi dan Indikator <i>Digital Marketing</i>	91
Tabel 3. 3 Dimensi dan Indikator <i>Business Creativity</i>	92
Tabel 3. 4 Dimensi dan Indikator Pengembangan UMKM	92
Tabel 3. 5 Skala <i>Likert</i>	93
Tabel 3. 6 Indeks Model <i>Goodness of Fit</i> (GOF)	96
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	98
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	98
Tabel 4. 3 Tingkat Pendidikan Responden	99
Tabel 4. 4 Lama Berdirinya Usaha Responden.....	100
Tabel 4. 5 Pendapatan Usaha Responden	100
Tabel 4. 6 Modal Usaha Responden	101
Tabel 4. 7 Jenis Usaha Responden	102
Tabel 4. 8 Kategori Skala Interval	103
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Financial Technology</i>	104
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Digital Marketing</i>	106
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Business Creativity</i>	107
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pengembangan UMKM.....	109
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Penelitian.....	111

Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian.....	113
Tabel 4. 15 Hasil Uji Kelayakan Model (Sebelum Modifikasi)	115
Tabel 4. 16 Hasil Uji Kelayakan Model (Setelah Modifikasi).....	117
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis Penelitian.....	118
Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>Standardized Indirect Effects</i>	119
Tabel 4. 19 Hasil Uji <i>Standardized Indirect Effects - Two Tailed Significance</i> ..	119



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	169
Lampiran 2: Tabulasi Data Variabel <i>Financial Technology</i>	175
Lampiran 3: Tabulasi Data Variabel <i>Digital Marketing</i>	184
Lampiran 4: Tabulasi Data Variabel <i>Business Creativity</i>	193
Lampiran 5: Tabulasi Data Variabel Pengembangan UMKM.....	203
Lampiran 6: Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing	213
Lampiran 7: Lembar Konsultasi Bimbingan.....	214
Lampiran 8: Saran dan Perbaikan Skripsi.....	215
Lampiran 9: Persetujuan Perbaikan Setelah Seminar Hasil Skripsi.....	216
Lampiran 10: Hasil Turnitin Fakultas	217
Lampiran 11: Daftar Riwayat Hidup	218