



# PENGARUH MODAL USAHA, AKSES PEMASARAN, DAN DIGITALISASI TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM FOOD *COLONY DI PAMEKASAN*

Oleh:

**Desy Nur Nirmalasari<sup>1</sup>**

**Syofiana Mailinda<sup>2</sup>**

**Mashudi<sup>3</sup>**

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: Jl. Raya Telang, Perumahan Telang Inda, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: [desi25.nirmala12@gmail.com](mailto:desi25.nirmala12@gmail.com), [syofianamailinda@gmail.com](mailto:syofianamailinda@gmail.com),  
[mashudi.fkis@trunojoyo.ac.id](mailto:mashudi.fkis@trunojoyo.ac.id).

***Abstract.** This study aims to examine the influence of business capital, marketing access, and digitalization on the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) within the Food Colony community in Pamekasan Regency. A quantitative approach was employed using multiple linear regression analysis. The sample consisted of 10 MSME actors selected through purposive sampling based on predefined criteria. Data were collected using a structured Likert-scale questionnaire. The results reveal that business capital exerts a statistically significant influence on MSME development, while marketing access and digitalization do not demonstrate significant effects. These findings underscore the critical role of sufficient and accessible capital in supporting production capacity and sustainable business growth. Although not yet statistically significant, digitalization and marketing access remain essential areas for improvement through targeted training and infrastructure development. The study provides empirical evidence to inform policy formulation and strategic interventions aimed at enhancing MSME competitiveness in the digital economy. Stakeholders are encouraged to prioritize*

# PENGARUH MODAL USAHA, AKSES PEMASARAN, DAN DIGITALISASI TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM FOOD COLONY DI PAMEKASAN

*integrated efforts in capital support and technological adaptation to empower MSMEs amid evolving market dynamics.*

**Keywords:** Micro, Small And Medium Enterprises (*Msmes*), Capital, Access To Marketing, Digitalization.

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal usaha, akses pemasaran, dan digitalisasi terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tergabung dalam komunitas *Food Colony* di Kabupaten Pamekasan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 10 pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berskala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal usaha berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM, sedangkan akses pemasaran dan digitalisasi belum menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik. Temuan ini menekankan pentingnya peningkatan akses permodalan bagi pelaku UMKM untuk mendukung kapasitas produksi dan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Meskipun belum signifikan, digitalisasi dan akses pemasaran tetap perlu ditingkatkan melalui pelatihan dan penyediaan infrastruktur pendukung. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar pertimbangan bagi para pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan UMKM di era ekonomi digital yang semakin kompetitif dan berbasis teknologi.

**Kata Kunci:** Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM), Modal, Akses Ke Pemasaran, Digitalisasi.

## LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sekaligus menyerap tenaga kerja dalam jumlah signifikan. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2024), UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB Indonesia dan menyerap hingga 97% dari total tenaga kerja nasional.(Kemenkopukm 2024)

Di Kabupaten Pamekasan, UMKM berkembang dengan pesat, terutama didukung oleh wadah kolaboratif seperti *Food Colony*, yang berperan sebagai pusat ekonomi kreatif di sektor kuliner (Maulana, Efendi, and Lestari Pramita Putri 2024). Meskipun demikian, pelaku UMKM menghadapi berbagai tantangan yang cukup serius, khususnya terkait akses permodalan, strategi pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital (Eric Opoku et al. 2024).

Permasalahan modal usaha sering menjadi hambatan utama dalam meningkatkan kapasitas produksi serta ekspansi bisnis. Selain itu, keterbatasan dalam pemasaran dan rendahnya literasi digital menghalangi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, apalagi di era digital yang menuntut adaptasi cepat terhadap teknologi baru. Transformasi digital yang seharusnya menjadi peluang untuk menciptakan efisiensi usaha, meningkatkan visibilitas, dan menjangkau pelanggan yang lebih luas. Namun, di wilayah seperti Pamekasan, adopsi teknologi digital masih terbatas dikarenakan minimnya infrastruktur serta kurangnya pelatihan bagi sumber daya manusia. Studi yang dilakukan oleh (asrul fole n.d.) menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital telah menunjukkan dampak positif pada kinerja dan keberlanjutan UMKM. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pemasaran digital berbasis media sosial dapat memberikan dampak positif signifikan terhadap daya saing UMKM apabila dijalankan secara optimal. studi (Umami et al. 2023)

Oleh karena itu, penting untuk mengkaji sejauh mana modal usaha, akses pemasaran, dan digitalisasi berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di *Food Colony* Pamekasan. Hasil kajian ini diharapkan memberi gambaran komprehensif dan menjadi dasar rekomendasi kebijakan yang efektif bagi para pemangku kepentingan dalam rangka memberdayakan UMKM lebih optimal.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Apakah modal usaha berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM *Food Colony* di Kabupaten Pamekasan? (2) Apakah akses pemasaran berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM *Food Colony* di Kabupaten Pamekasan? (3) Apakah digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM *Food Colony* di Kabupaten Pamekasan?.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk: (1) Menganalisis pengaruh modal usaha terhadap perkembangan UMKM *Food Colony* di Kabupaten Pamekasan. (2)

# **PENGARUH MODAL USAHA, AKSES PEMASARAN, DAN DIGITALISASI TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM FOOD COLONY DI PAMEKASAN**

Menganalisis pengaruh akses pemasaran terhadap perkembangan UMKM *Food Colony* di Kabupaten Pamekasan. (3) Menganalisis pengaruh digitalisasi terhadap perkembangan UMKM *Food Colony* di Kabupaten Pamekasan.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Modal usaha**

Struktur modal merupakan salah satu faktor fundamental yang memengaruhi kinerja dan keberlanjutan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Struktur modal merujuk pada kombinasi antara pembiayaan ekuitas dan pembiayaan utang yang digunakan oleh perusahaan untuk mendanai aktivitas operasional dan investasinya. Menurut(Ghani et al. 2015), pembiayaan ekuitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UKM, terutama dalam mendukung pertumbuhan dan inovasi usaha. Sebaliknya, pembiayaan utang tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UKM. Hal ini dapat disebabkan oleh keterbatasan kapasitas UKM dalam mengelola risiko utang dan kewajiban pembayaran bunga yang membebani arus kas.

### **Strategi Pemasaran**

Pemasaran digital telah menjadi strategi penting bagi UKM dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Dalam konteks keterbatasan sumber daya dan akses pasar yang sering dihadapi UKM, strategi digital memberikan solusi efektif untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien.(Santoso, Pangestuty, and Mahalli 2023) , menjelaskan bahwa pemanfaatan strategi pemasaran digital memungkinkan UKM untuk mengatasi hambatan pasar tradisional, seperti keterbatasan geografis dan biaya promosi yang tinggi. Dengan media digital, UKM dapat membangun brand awareness, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan mendorong konversi penjualan secara lebih terukur.

### **Digitalisasi**

Transformasi digital merupakan proses adopsi teknologi informasi dalam seluruh aspek operasional bisnis, yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, dan responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan. Dalam era industri 4.0, transformasi digital menjadi elemen krusial bagi keberhasilan dan kelangsungan UKM.(Rachmat Adiaz

Arrofi, Rahman Ajie, and Tata Sutabri 2023), menyatakan bahwa digitalisasi membantu UKM dalam mengoptimalkan proses bisnis, mempercepat pengambilan keputusan, serta membangun interaksi yang lebih baik dengan pelanggan. Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu operasional, tetapi juga sebagai pendorong inovasi dan pertumbuhan bisnis.

Berdasarkan kajian teori dan rumusan masalah, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- a) H1: Modal usaha berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM *Food Colony* di Pamekasan.
- b) H2: Akses pemasaran berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM *Food Colony* di Pamekasan.
- c) H3: Digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM *Food Colony* di Pamekasan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, karena bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel independen, yaitu modal usaha (X1), akses pemasaran (X2), dan digitalisasi (X3), terhadap variabel dependen, yaitu perkembangan UMKM (Y). Penelitian ini berfokus pada pelaku UMKM yang tergabung dalam komunitas *Food Colony* di Kabupaten Pamekasan.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pelaku UMKM anggota *Food Colony*, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Pemilihan sampel didasarkan pada kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu: (1) aktif menjalankan usaha setidaknya dalam satu tahun terakhir, (2) terdaftar sebagai anggota *Food Colony*, dan (3) bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Berdasarkan kriteria tersebut, sebanyak 10 responden dipilih sebagai sampel penelitian.

Variabel X1 (modal usaha) mencerminkan seberapa besar dana yang dimiliki atau diakses oleh pelaku usaha untuk mengelola dan mengembangkan usahanya. Variabel X2 (akses pemasaran) menggambarkan kemampuan pelaku UMKM dalam memasarkan produk secara offline maupun online. Sementara itu, variabel X3 (digitalisasi) mengacu pada tingkat pemanfaatan teknologi digital dalam operasional usaha, seperti penggunaan

# **PENGARUH MODAL USAHA, AKSES PEMASARAN, DAN DIGITALISASI TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM *FOOD COLONY* DI PAMEKASAN**

media sosial, platform e-commerce, dan sistem pembayaran digital. Adapun variabel Y (perkembangan UMKM) diukur berdasarkan indikator peningkatan omzet, jumlah pelanggan, serta pengembangan produk yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup berbasis skala Likert (1–5), mulai dari pernyataan “Sangat Tidak Setuju” hingga “Sangat Setuju”. Setiap kuesioner disusun berdasarkan indikator yang merepresentasikan masing-masing variabel penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan hasil analisis data yang telah diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM *Food Colony* di Kabupaten Pamekasan. Analisis dilakukan secara bertahap, mulai dari statistik deskriptif untuk melihat karakteristik umum data, dan terakhir pengujian regresi linier berganda guna mengetahui sejauh mana variabel bebas modal usaha, akses pemasaran, dan digitalisasi berpengaruh terhadap perkembangan UMKM sebagai variabel terikat. Setiap tahap analisis disertai dengan pembahasan yang mengacu pada teori, studi sebelumnya, serta konteks empiris UMKM di wilayah studi.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui instrumen kuesioner tertutup dengan skala Likert. Dengan pendekatan kuantitatif, data tersebut kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS, yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antarvariabel secara objektif dan terukur. Tujuan dari analisis ini tidak hanya untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, tetapi juga untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam terkait faktor-faktor yang mendorong atau menghambat perkembangan UMKM dalam konteks ekonomi digital.

Penting untuk diingat bahwa analisis data dalam penelitian ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mempertimbangkan relevansi praktisnya terhadap kebijakan pemberdayaan UMKM. Dengan kata lain, hasil yang diperoleh diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam menyusun strategi yang tepat guna meningkatkan kapasitas usaha mikro, kecil, dan menengah di daerah. Terlebih lagi, UMKM di Pamekasan memiliki potensi besar dalam sektor kuliner yang jika dikelola dengan baik, dapat menjadi motor penggerak ekonomi lokal yang berdaya saing.

Sebagai langkah awal dalam proses analisis, bagian berikut akan memaparkan hasil statistik deskriptif untuk memberikan gambaran umum mengenai sebaran data dari masing-masing variabel penelitian. Statistik ini mencakup nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), serta standar deviasi, yang bertujuan untuk melihat kecenderungan dan keragaman jawaban responden terhadap indikator yang digunakan. Setelah itu, pembahasan akan dilanjutkan dengan uji asumsi klasik dan regresi linier sebagai dasar pengambilan kesimpulan akhir.

## **Uji Statistik Deskriptif**

| <b>Descriptive Statistics</b> |    |         |         |      |                |
|-------------------------------|----|---------|---------|------|----------------|
|                               | N  | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| Modal Usaha (X1)              | 10 | 2       | 5       | 3,90 | 1,101          |
| Akses Pemasaran (X2)          | 10 | 2       | 5       | 3,70 | 1,160          |
| Digitalisasi (X3)             | 10 | 2       | 5       | 3,80 | 1,033          |
| Perkembangan UMKM (Y)         | 10 | 2       | 5       | 3,80 | 1,033          |
| Valid N (listwise)            | 10 |         |         |      |                |

---

Gambar 1. Hasil uji statistik deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data dari masing-masing variabel yang diteliti, yaitu modal usaha (X1), akses pemasaran (X2), digitalisasi (X3), dan perkembangan UMKM (Y). Tabel deskriptif menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki jumlah observasi (N) sebanyak 10, sesuai dengan jumlah responden dalam penelitian ini.

Nilai minimum dari keempat variabel berada pada angka 2, sedangkan nilai maksimum berada pada angka 5, menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang bervariasi dalam rentang skala Likert 1–5. Rata-rata (mean) masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- Modal Usaha: 3,90
- Akses Pemasaran: 3,70
- Digitalisasi: 3,80
- Perkembangan UMKM: 3,80

# **PENGARUH MODAL USAHA, AKSES PEMASARAN, DAN DIGITALISASI TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM *FOOD COLONY* DI PAMEKASAN**

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa modal usaha memiliki rata-rata tertinggi (3,90), diikuti oleh digitalisasi dan perkembangan UMKM (masing-masing 3,80), serta akses pemasaran (3,70). Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, pelaku UMKM menilai bahwa permodalan merupakan faktor yang paling dominan dalam mendukung pengembangan usaha mereka.

Nilai standar deviasi dari masing-masing variabel menunjukkan tingkat variasi data yang tidak terlalu tinggi, yakni:

- Modal Usaha: 1,101
- Akses Pemasaran: 1,160
- Digitalisasi: 1,033
- Perkembangan UMKM: 1,033

Standar deviasi ini mencerminkan bahwa persepsi responden terhadap masing-masing variabel cukup beragam, meskipun masih dalam batas yang wajar. Akses pemasaran menunjukkan variasi tertinggi (1,160), yang dapat mengindikasikan perbedaan kondisi atau strategi pemasaran yang digunakan oleh masing-masing pelaku UMKM.

Secara umum, hasil deskriptif ini mengindikasikan bahwa semua variabel—modal usaha, akses pemasaran, dan digitalisasi—berkontribusi terhadap perkembangan UMKM, meskipun dalam proporsi yang berbeda. Modal usaha, dengan nilai rata-rata tertinggi, menunjukkan posisi paling dominan. Meskipun akses pemasaran memiliki nilai rata-rata yang sedikit lebih rendah dan tidak signifikan dalam uji regresi, perannya tetap penting dan dapat menjadi fokus penguatan, terutama dalam hal pemanfaatan saluran digital. Demikian pula, digitalisasi yang memiliki rata-rata tinggi namun pengaruhnya belum signifikan, menandakan perlunya peningkatan literasi dan infrastruktur digital di kalangan pelaku UMKM.

## Uji Regresi Linear Berganda

| Model Summary |                   |          |                   |                            |  |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|--|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |  |
| 1             | ,928 <sup>a</sup> | ,862     | ,793              | ,470                       |  |

a. Predictors: (Constant), Digitalisasi (X3), Akses Pemasaran (X2), Modal Usaha (X1)

  

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      |
| 1                  | Regression | 8,275          | 3  | 2,758       | 12,491 |
|                    | Residual   | 1,325          | 6  | ,221        |        |
|                    | Total      | 9,600          | 9  |             |        |

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM (Y)

b. Predictors: (Constant), Digitalisasi (X3), Akses Pemasaran (X2), Modal Usaha (X1)

  

| Coefficients <sup>a</sup> |                      |                             |            |                           |       |
|---------------------------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
| Model                     |                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |
|                           |                      | B                           | Std. Error | Beta                      | t     |
| 1                         | (Constant)           | -,325                       | ,719       |                           | -,452 |
|                           | Modal Usaha (X1)     | ,550                        | ,194       | ,586                      | 2,836 |
|                           | Akses Pemasaran (X2) | ,150                        | ,167       | ,168                      | ,900  |
|                           | Digitalisasi (X3)    | ,375                        | ,172       | ,375                      | 2,178 |

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM (Y)

Gambar 2. Hasil uji regresi linear

Hasil uji regresi linear menunjukkan bahwa variabel **modal usaha (X1)** memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan UMKM, dengan nilai signifikansi sebesar 0,030 (lebih kecil dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar modal yang dimiliki oleh pelaku UMKM, maka semakin besar pula peluang terjadinya perkembangan usaha. Dengan kata lain, permodalan berperan penting dalam memperluas kapasitas produksi, meningkatkan kualitas produk, serta memperkuat daya saing usaha.

Sementara itu, variabel **akses pemasaran (X2)** memiliki nilai signifikansi sebesar 0,403, dan variabel **digitalisasi (X3)** sebesar 0,072. Kedua nilai tersebut lebih besar dari batas signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa keduanya belum menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan UMKM dalam model ini.

Persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan dari analisis tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,550X_1 + 0,150X_2 + 0,375X_3 + e$$

# **PENGARUH MODAL USAHA, AKSES PEMASARAN, DAN DIGITALISASI TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM *FOOD COLONY* DI PAMEKASAN**

Secara simultan, hasil uji F menunjukkan bahwa F-hitung sebesar 12,491 lebih besar daripada F-tabel sebesar 4,76, yang berarti bahwa model regresi secara keseluruhan layak digunakan untuk menjelaskan variabel dependen, yaitu perkembangan UMKM. Namun, kontribusi terbesar terhadap model berasal dari variabel modal usaha, yang memiliki koefisien paling tinggi.

Temuan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Setyowati dan Kurniawan (2020), yang menyatakan bahwa permodalan merupakan tulang punggung utama bagi keberlangsungan dan ekspansi usaha kecil dan menengah. Modal yang memadai memungkinkan pelaku UMKM untuk memenuhi kebutuhan operasional, melakukan inovasi, serta menanggapi permintaan pasar dengan lebih fleksibel.

Di sisi lain, meskipun digitalisasi memiliki koefisien yang relatif besar (0,375), pengaruhnya belum signifikan secara statistik. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh rendahnya tingkat literasi digital serta terbatasnya pelatihan teknologi di kalangan pelaku UMKM, sebagaimana dikemukakan oleh (Ali Avvienceena Al Attqia et al. 2024) dan (Evanita and Fahmi 2023). Kondisi serupa juga terjadi pada akses pemasaran, yang sebagian besar masih bersifat konvensional dan belum secara optimal memanfaatkan saluran digital seperti media sosial, marketplace, dan strategi pemasaran berbasis data.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa modal usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan UMKM *Food Colony* di Kabupaten Pamekasan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar dan stabil modal yang dimiliki oleh pelaku UMKM, maka semakin besar pula peluang mereka untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperluas pasar, serta melakukan inovasi usaha. Sebaliknya, variabel akses pemasaran dan digitalisasi belum menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan UMKM dalam model regresi yang digunakan, meskipun nilai rata-rata persepsi responden terhadap kedua variabel ini juga cukup tinggi.

## Saran

Berdasarkan temuan tersebut, maka disarankan kepada para pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan komunitas pelaku usaha, untuk memprioritaskan upaya penguatan permodalan bagi UMKM, misalnya melalui akses kredit mikro yang mudah dan berbunga rendah, program hibah usaha, atau pendampingan keuangan. Selain itu, meskipun belum signifikan secara statistik, penguatan akses pemasaran dan digitalisasi tetap perlu dilakukan, terutama dalam bentuk pelatihan digital marketing, penggunaan platform e-commerce, serta penyediaan infrastruktur pendukung seperti jaringan internet dan layanan logistik. Upaya integratif dalam aspek permodalan dan transformasi digital akan memberikan kontribusi besar dalam mendorong pertumbuhan dan daya saing UMKM, khususnya di era ekonomi berbasis teknologi saat ini.

## DAFTAR REFERENSI

- Ali Avvienceena Al Attqia, Arifudin Arifudin, Moh. Haikal Jamaludin, Tegar Fiki Haikal, and Rizki Bayhaqi. 2024. “Analisis Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Di Lingkungan Berpenghasilan Rendah.” *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia* 2(2):264–71. doi: 10.61132/jepi.v2i2.591.
- Asrul Fole, Yan Herdianzah. n.d. “View of Analisis Faktor-Faktor Penunjang Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) \_ SNEB \_ Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara.”
- Eric Opoku, Maureen Okafor, Mosopefoluwa Williams, and Aramide Aribigbola. 2024. “Enhancing Small and Medium-Sized Businesses through Digitalization.” *World Journal of Advanced Research and Reviews* 23(2):222–39. doi: 10.30574/wjarr.2024.23.2.2313.
- Evanita, Susi, and Zul Fahmi. 2023. “Analysis of Challenges and Opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Digital Era in a Systematic Literature Review.” *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)* 8(3):227. doi: 10.32503/jmk.v8i3.4190.
- Ghani, Abdullah Haji Abdul, Shuhymee Ahmad, Rosli Mohd Saad, and Syed Mohd Naim Syed Salim. 2015. “Effects of Equity and Debt Financing on Sme Preformance in Malaysia.” 2010:66–74.

# **PENGARUH MODAL USAHA, AKSES PEMASARAN, DAN DIGITALISASI TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM FOOD COLONY DI PAMEKASAN**

Kemenkopukm. 2024. "Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah ."

*Kemenkopukm.Go.Id.*

Maulana, Wahyu, Junaidi Efendi, and Devi Lestari Pramita Putri. 2024. "Strategi Lokalisasi PKL: Peranan Pemerintah Kabupaten Pamekasan Dalam Meningkatkan Perekonomian Daerah." *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 15(2):297–304. doi: 10.32670/coopetition.v15i2.4402.

Rachmat Adiaz Arrofi, Rahman Ajie, and Tata Sutabri. 2023. "Penggunaan Transformasi Digital Bisnis Untuk Para Pelaku UMKM Kuliner." *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)* 2(1):180–89. doi: 10.54066/jrime-itb.v2i1.1130.

Santoso, Dwi Budi, Farah Wulandari Pangestuty, and Fina Nidaul Mahalli. 2023. "Ekspansi Pasar Melalui Digitalisasi Bisnis Pada Usaha Produktif Perempuan Desa Pakis Rejo." *PENA DIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(1):36–43. doi: 10.33474/penadimas.v2i1.22943.

Umami, Izzatul, Ahmad Naim Bin Che Pee, Hamzah Asyranee Bin Sulaiman, Hariyanto, and Fudji Sri Mar'ati. 2023. "A Literature Review of MSME Success: Acceptance and Use of Technology, Financial Access, and Strategic Cooperation." *Multidisciplinary Reviews* 6(2023). doi: 10.31893/MULTIREV.2023SS086.